

Pedro Rafael Sousa Oliveira

2º Ciclo de Estudos em História, Relações Internacionais e Cooperação

Estratégia Política Local para *Cluster* de Indústrias Criativas.

Proposta Comparativa com Aplicação a Guimarães.

2012

Orientador: Jorge Manuel Martins Ribeiro

Co-Orientador: Benjamin Reid (Work Foundation)

Classificação:

Ciclo de estudos:

2º Ciclo de Estudos em História, Relações Internacionais e Cooperação

Dissertação/relatório/ Projeto/IPP:

Agradecimentos

Em primeiro lugar, gostaria de agradecer aos meus orientadores, Professor Jorge Ribeiro e Dr. Benjamin Reid, por todos os valiosos conselhos e orientações ao longo de todo o meu percurso académico e, sobretudo pela disponibilidade e dedicação. Foi para mim um privilégio imenso ser sido orientado por ambos. Aos dois o meu muito obrigado.

Gostaria também de agradecer aos restantes professores dos seminários do mestrado de Relações Internacionais, em particular à Professora Amélia Polónia e Helena Osswald com quem pude contar para a valiosa revisão da metodologia do meu projeto, durante o primeiro ano do mestrado e pela disponibilidade demonstrada desde então.

Chegar até aqui só foi possível graças ao apoio incondicional da minha família. Especialmente a minha mãe e avó pelas longas conversas telefónicas em que sempre me animavam a não desistir. Obrigado por me terem ajudado, em particular este ano, sem vocês teria sido impossível estar a trabalhar, ter aulas, realizar estágio, finalizar tese e constituir o meu lar em Londres.

Por fim um agradecimento especial à pessoa que mais me incentivou a fazer esta tese, Tommaso. Muito obrigado por todos os teus preciosos comentários, observações e advertências, mas em especial pela extrema paciência e dedicação.

Resumo

O objetivo do presente trabalho/relatório é o de apresentar os resultados obtidos durante o projeto de estágio curricular na Work Foundation (Londres) – Unidade de Indústrias Criativas - , decorrido entre janeiro e julho de 2012.

O propósito do estágio foi o de desenvolver um *toolkit* de soluções e suporte de um *cluster* de indústrias criativas na região de Guimarães pós Capital Europeia da Cultura 2012. *Toolkit* esse com um enfoque na implementação das políticas locais de suporte às indústrias criativas. Para tal foi desenvolvido um plano de investigação das estratégias políticas de dois *councils* da cidade de Londres: Tower Hamlets e Hackney, enquanto casos de estudo. Posteriormente levou-se a cabo um conjunto de entrevistas aos peritos de cada um dos dois *council*, assim como ao responsável do município de Guimarães pela área das indústrias criativas.

Foi com base na realização destes questionários que a investigação qualitativa teve lugar permitindo posteriormente o cruzamento de informação e análise de dados indispensável à implementação de recomendações de ação. As quatro áreas avaliadas no questionário foram: Benefícios do Investimento nas Indústrias Criativas; Relevância Política; Tipos de Intervenção e Implementação e Casos de Sucesso.

Os resultados dos questionários aos peritos e investigação preliminar, serviu para se traçarem as recomendações para uma estratégia local. Realizou-se a revisão da literatura existente, para nos depararmos com escassez de modelos internacionais de transferência de soluções no campo das indústrias criativas. Por fim um breve apanhado dos conceitos operativos aqui usados de *clusters* culturais/criativas e indústrias criativas também foi efetuado.

Constatou-se que a região de Guimarães se não inserida em alinhamentos extra-regionais de ação estratégica dificilmente poderá fazer frente aos desafios da setor criativo.

Palavras Chave: **Indústria Criativa; Cluster Cultural; Guimarães; Política Cultural.**

Résumé

L'objectif de cette étude / rapport est de présenter les résultats obtenus au cours de mon stage en entreprise dans L'Work Foundation (Londres) - unité d'industries créatives – écoulé entre Janvier et Juillet 2012.

Le but du stage était de développer un *Toolkit* de solutions et le soutien à une *cluster* d'industries créatives dans la région de Guimarães (Nord du Portugal) après l'événement Capitale Européenne de la Culture 2012. Cette *Toolkit* s'agit sur la mise en œuvre des politiques visant à soutenir les industries créatives locales. Nous avons développé un plan de recherche des stratégies politiques dans deux *councils* de la ville de Londres: Tower Hamlets et Hackney, comme études de cas. Plus tard, on a réalisé une série d'entretiens avec des experts de chacun des *councils* ainsi que la municipalité de Guimarães responsable pour les industries créatives.

La recherche qualitatif a eu lieu basé sur la réalisation des ces questionnaires/entretiens. Permettant à la suite l'intersection de l'information et analyse indispensable à la mise en œuvre des recommandations d'action. Les quatre domaines évalués dans les questionnaires étaient les suivants: Avantages d'investir dans les industries créatives; Pertinence politique; Types d'intervention et de mise en œuvre; et Études de cas.

Les résultats des questionnaires aux experts et l'enquête préliminaire, a permis de retracer des recommandations pour une stratégie locale. Nous avons effectué une revue de la littérature existante, nous nous trouvons dans une pénurie de modèles internationaux de solutions de transfert dans le domaine des industries créatives. Enfin, un bref aperçu des concepts opérationnels utilisés ici: *clusters* culturelles / créatives et industries créatives a également été effectuée.

Il a été constaté que la région de Guimarães si elle n'est pas inséré dans aucun alignement extra-régional d'action stratégique ne pourra pas faire face aux défis du secteur créatif.

Mots-Clés: **Industries Créatives, Clusters Culturels; Guimarães, Politique Culturelle.**

Abstract

The scope of this study / report is to present the results obtained during my internship at The Work Foundation (London) - unit of creative industries - elapsed between January and July 2012.

The aim of the placement was to develop a *toolkit* of solutions and support to a *cluster* of creative industries in the region of Guimarães (northern Portugal) after the event European Capital of Culture 2012. This *toolkit* was devised for implementation of policies to support local creative industries. We have developed a research plan of the political strategies in two *councils* of the city of London: Tower Hamlets and Hackney, as case studies. Later, we conducted a series of interviews with experts from each *council* as well as the municipality of Guimarães officer for the creative industries.

The qualitative research took place based on the realization of these questionnaires / interviews. Allowing the intersection of the information and analysis necessary for the implementation of recommendations for action. The four areas assessed in the questionnaire were: Benefits of Investing in Creative Industries; Political Relevance; Types of Intervention and Implementation, and Successful Case Studies.

The results of the questionnaires to the experts and the preliminary investigation has allowed to set up recommendations for a local strategy. We conducted a review of the existing literature, finding ourselves in a shortage of international transfer models of solutions in the field of creative industries. Finally, a brief overview of operational concepts used here: *clusters* cultural / creative industries and creative, was also performed.

It was found that the area of Guimarães if not inserted in any extra-regional alignment of strategic action can not cope with the challenges of the creative sector.

Key Words: Creative Industries, Cultural Clusters, Guimarães, Cultural Policy.

Lista de abreviaturas

I.C.	Indústrias Criativas
1. ^a	primeira
1.º	primeiro
2. ^a	segunda
2.º	segundo
A.	Autor
A.A.	Autores
art.º	artigo
cap.	capítulo
cf.	confira, confirme
Dr.	Doutor
e.g.	por exemplo
Eng.	Engenheiro
et al.	E outros
etc.	Et cetera
Ex. ^a	Excelência
i.e.	isto é
n.º	número
ob. cit.	obra citada
Prof.	professor
vs.	versus

Índice

Agradecimentos	i
Resumo	ii
Résumé.....	iii
Abstract.....	iv
Lista de Abreviaturas.....	v
Índice.....	vi
Índice de quadros	viii
Introdução.....	1
Capítulo 1. Sobre o conceito de Indústrias/<i>Clusters</i> Criativos	3
1.1 Contextualização histórica do conceito de indústrias criativas :	
Indústrias criativas vs Indústrias culturais – Uma Revisão da literatura	3
1.2 Definindo Indústrias Criativas e <i>Clusters</i> de Indústrias Criativas	5
1.2.1 As inúmeras definições de Indústrias Criativas e <i>Clusters</i>	5
1.2.2 Características das Indústrias Criativas	9
1.3 Porque se organizam em <i>cluster</i> as Indústrias Criativas?	12
1.3.1 “Mini Case-Studies” de <i>Clusters</i> Criativos	13
1.4 O caso do Reino Unido :	
Política nacional e local para as Indústrias Criativas	20
Capítulo 2. Indústrias Criativas e Políticas culturais:	
Impacto económico no desenvolvimento das regiões	22
2.1 Considerações iniciais	22
2.2 Investimento Público Nacional e Local no setor Criativo.	

Que tendências na Europa e Portugal?.....	23
2.3. Importância económica do setor das Indústrias Criativas em Portugal	29
Capítulo 3. Proposta Comparativa de Estratégia Política Local para as	
Indústrias Criativas	36
3.1. Considerações iniciais	36
3.2 Metodologia : Entrevistas / Questionários Qualitativos	38
3.3. Cruzamento e Análise “Coding” de Dados	40
3.4. Análise de Questionários	43
Capítulo 4. Aplicação dos resultados da Proposta Comparativa	
de Estratégia Política Local em Guimarães: Recomendações	
<i>Toolkit de Ação</i>	51
4.1 Benefícios do Investimento nas Indústrias Criativas	51
4.2 Relevância Política	52
4.3 Tipologias de Intervenção e Implementação.....	53
4.4 Casos de Sucesso	54
4.5 Conclusões	55
Bibliografia.....	56
Referências Eletrónicas	63
Anexos.....	65
Anexo 1- Transcrição: Entrevistas / Questionários Qualitativos.....	65

Índice de quadros

Quadro 1: Definições de Indústrias Criativas	5
Quadro 2: Definições de <i>Clusters</i>	7
Quadro 3: Crescimento e Desenvolvimento de <i>Clusters</i>	8
Quadro 4: Características Diferenciadoras das indústrias criativas	10
Quadro 5: Casos de <i>Cluster</i> Criativos de referência internacional.....	13
Quadro 6: Prioridades nas Políticas Culturais	24
Quadro 7: Organização da administração publica responsáveis pela cultura	26
Quadro 8: Valor Acrescentado do Setor Criativo em Portugal	29
Quadro 9: Criação de Emprego do Setor Criativo em Portugal	30
Quadro 10: Distribuição Regional Atividades do Setor Criativo em Portugal ..	31
Quadro 11: Especialização das regiões portuguesas no setor criativo	32
Quadro 12: Comércio Internacional (Portugal e EU -27)	34
Quadro 13: Agrupamento de questões Entrevistas / Questionários	36
Quadro 14: Análise “Coding” de dados das respostas aos questionários qualitativos	41
Quadro 15: Guia de Ação: Investimento nas Indústrias Criativas	
Mapa 1: Localização dos <i>councils</i> abordados em Londres:	37
Hackney e Tower Hamlets	

Introdução

As indústrias criativas representam atualmente na Europa um setor económico de elevada *performance*. A sua relativa importância torna-se muito mais evidente se comparado o seu valor acrescentado com o de outras indústrias. Em 2003 o setor cultural correspondia a 2.6% do PIB (Produto Interno Bruto) da Europa, sendo maior do que o do setor da alimentação, bebidas e tabaco (1.9%), da indústria têxtil (0,5%) e mesmo a par com todo o setor da indústria química (2.6%)¹. Em 2008 o PIB do setor cultural europeu alcançou os 4.5% (Comissão Europeia, 2010)².

Em Portugal os dois estudos inaugurais sobre o impacto das indústrias criativas a nível regional e nacional: "Desenvolvimento de um *Cluster* das Indústrias Criativas na Região Norte - Estudo Macroeconómico"³ (Fundação de Serralves, 2008) e "O setor Cultural e Criativo em Portugal"⁴ (Ministério da Cultura, 2006) estão em linha com os dados apresentados pela comissão europeia o que atesta esta tendência de crescimento.

Trata-se como veremos de um tema quente que assistiu nos últimos dez anos a uma produção académica sem precedentes avolumada pelo cruzamento de áreas científicas muito variadas da geografia humana à economia. Um outro aspeto analisado aqui será a tendência deste setor para se organizar em *cluster* e quais as determinantes identificadas para este fenómeno (Lazzeretti et al., 2009).

O termo *cluster* tem sido utilizado por muitos políticos e investigadores por vezes de forma abusiva, podendo-se considerar que transitou do obscurantismo para o campo do não razoável sem ter passado por um período de clareza e coerência (Maskell e Kebir, 2005). A popularidade deste conceito está em grande parte relacionada com a respetiva associação à competitividade (Porter, 2002; Rocha, 2004) e capacidade inovativa (Nordin, 2003; Solvell et al., 2006).

¹ http://ec.europa.eu/culture/documents/chapter-3_en.en.pdf

² http://ec.europa.eu/culture/our-policydevelopment/doc/analysis_green_paper.pdf

³ <http://www.serralves.pt/fotos/editor2/PDFs/N%20Criativo%20Relatorio%20Final.pdf>

⁴ <http://www.portaldacultura.gov.pt/SiteCollectionDocuments/Imprensa/SCC.pdf>

Verifica-se contudo que os estudos no âmbito dos *clusters* de indústrias criativas se concentram fortemente nas questões do impacto económico do setor (Duisenberg, 2010), empregabilidade (Alan Freeman, 2009) espaço de trabalho (Fleming, 2004) etc. individualmente, escasseando abordagens holísticas e ainda de análise do papel das instituições públicas, nomeadamente da ação política das autoridades locais e regionais, no desenvolvimento do setor.⁵

É nesta lacuna que se revela pertinente este estudo ao tentar avaliar quais são as estratégias dos casos ingleses que têm servido de exemplo aos peritos portugueses. Daí a investigação qualitativa (i.e. questionários, entrevistas e casos de estudo) incidindo sobre a implementação de políticas locais nos *councils* acima citados.

Neste contexto o contributo essencial deste trabalho é de âmbito metodológico e instrumental, procurando propor-se uma metodologia qualitativa para aferir estratégias para as indústrias criativas e implementação de políticas locais. Após algumas considerações de índole mais conceptual sobre Indústrias Criativas (Capítulo 1), na segunda parte do relatório aborda-se a temática das *Clusters* de Indústrias Criativas e suas especificidades ao nível local (Capítulo 2). Na parte basilar do relatório (Capítulo 3) apresentam-se os resultados das entrevistas de investigação qualitativa e análise de casos de estudo. No Capítulo 4 o *Toolkit* de soluções e Recomendações de ação para autoridades locais com aplicabilidade ao contexto de Guimarães

O estágio teve lugar na Work Foundation em Londres, que se trata de um *Think Tank* pertencente à Lancaster University. O co-orientador, Dr. Benjamin Reid enquanto investigador e professor da mesma universidade desenvolve regularmente projetos de investigação, consultoria, e desenvolvimento de estratégias em torno das Indústrias Criativas. O meu trabalho na organização foi dividido em quatro fases: Investigação preliminar dos casos e estratégias a abordar. Desenvolvimento dos questionários qualitativos e implementação das entrevistas. Tratamento e análise de dados. Por fim, apresentação dos resultados. O feedback da Work Foundation ao meu estágio foi excelente, tendo resultado na minha contratação como editor da Intelligent Media (agência parceira da Work Foundation)

⁵ http://legacy.london.gov.uk/mayor/economic_unit/docs/wp40.pdf

Capítulo 1. Sobre o conceito de Indústrias/*Clusters* Criativos

1.1 Contextualização histórica do conceito de indústrias criativas : indústrias criativas vs. indústrias culturais – Uma Revisão da Literatura

A historiografia do termo *indústrias criativas* foi traçada exaustivamente por David Hesmondhalgh (2002), apontando Adorno (2002) e a sua distinção entre produção industrial de entretenimento comercial i.e. filmes, televisão, publicações, gravação de música, do das artes subsidiadas i.e. museus, performance e galerias, distinção que serviria de guia para as políticas públicas culturais francesas a partir de 1980.

Não raras vezes o termo indústrias criativas é confundido com indústrias culturais, sendo que recorrentemente se substituem um ao outro, tanto no discurso académico como no discurso político. É importante traçar alguns antecedentes e atentar que não se trata de facto do mesmo conceito se bem que estejam interligados.

A noção de indústrias culturais tal como Adorno (2002) as concebia, viajou em dois binários distintos desde 1980: por um lado o da produção académica que com Miège (1989) e Gartham (2005) e a sua crítica da evolução da produção artística e falência do termo “indústria cultural”, e por outro lado a esfera política: UNESCO 1983, é lançado um volume substancial sobre o impacto das indústrias culturais na produção artística/intelectual (Miège, 1983).

A partir dos anos noventa duas ideias crescem de forma marginal face aos discursos oficiais: “cidades criativas” e “*clusters* criativos”. Representam um momento de mudança, reorientando o vocabulário político no setor das indústrias criativas como defendeu Hesmondhalgh (2002). “*Cidades Criativas*” é operacionalizado no Reino Unido pelo grupo de consultoria “Comedia” que defende que a criatividade é a chave para a regeneração urbana. Neste novo discurso, a Televisão o Software e o Teatro eram exemplos destas indústrias – mas também o eram a bolsa de valores – todos tinham em comum a necessidade de cidades criativas para se efetivarem. Mas talvez mais significativa para as políticas locais foi o conceito de “*Clusters Criativos*” desenvolvido pelo economista Michael Porter que deriva do de “business *cluster*”

Como defende Hans Mommaas (2004) a própria regeneração urbana em períodos mais recuados envolveu projetos deste âmbito emblemáticos, note-se o caso de Bilbao com o museu Guggenheim. Denunciando também uma mudança de agendas políticas, tentando-se passar da organização de ocasiões de consumo para a criação de espaços culturais e “*millieus*” criativos. A evolução destes “*millieus*” criativos a *clusters* criativos assenta na concentração geográfica de firmas em rede e instituições associadas em campos específicos, vertical ou horizontalmente onde se verifica cooperação e competição simultaneamente cf. Basset et al. (2002)

Nos últimos anos assistiu-se a uma forte produção académica em torno da temática das indústrias criativas, ao nível do seu impacto na economia local: Santarelli (2009), Boix (2011), Selada et al (2011), na organização empresarial: Zheng (2011) Frank (2002), na formação de *clusters*: Domenech (2011:471), e por fim no âmbito que para este trabalho nos remete, na definição de políticas locais de suporte: Menger (2010), Tomaz et al (2011). Contudo a primazia tem sido dada ao impacto económico com excessiva e quase exclusiva aplicação às grandes cidades. Com raras exceções (Selada, 2011; Bell, 2006) se tentou desenvolver uma análise das estratégias desenvolvidas no setor em núcleos demográficos de menor dimensão ou seja pequenas e médias cidades, atendendo particularmente à escala Europeia.

É nesta última abordagem, dos núcleos de pequena e média dimensão que se pretende aplicar os resultados extraídos no âmbito deste projeto de estágio.

1.2. Definindo Indústrias Criativas e *Clusters* de Indústrias Criativas

1.2.1. As inúmeras definições de Indústrias Criativas e *Clusters*

Uma tentativa cabal de definir as indústrias criativas não cabe aqui efetuar, o que se pretende é apresentar de que forma as várias definições propostas estiveram na base da realização deste projeto. No quadro abaixo encontramos as definições operativas de Indústrias criativas e *clusters*, que serviram à presente investigação:

Quadro 1. Definições de Indústrias Criativas

Entidade	Definição proposta	Setores
Department for Culture, Media and Sport (DCMS) United Kingdom.	Indústrias que têm origem na criatividade individual, competência e talento e com potencial para criação de riqueza e emprego através da exploração e geração de propriedade intelectual.	<ul style="list-style-type: none">- Publicidade- Arquitectura- Mercado de Arte e Antiguidades- Artesanato- Design- Design de Moda- Filme e Video- Software Interactivo- Musica- Artes Performativas- Software e serviços informáticos- Televisão- Rádio

World Intellectual Property Organization (WIPO)	<p>Empreendimentos criativos, envolvidos na exploração comercial de bens de base na propriedade intelectual e serviços com valor simbólico (livros, filmes, música), contribuindo significativamente para a economia e desenvolvimento cultural e social das nações. Estes empreendimentos formam redes complexas em setores orientados pelos conteúdos, que formam as indústrias criativas. As suas características únicas (produtos simbólicos originais) orientam e sustentam tradições e culturalmente diversas, e reforçam valores sociais. Ao mesmo tempo geram riqueza, aumentam oportunidades de emprego, e promovem trocas comerciais. Contudo, o seu verdadeiro valor e potencial é pouco estimado e insuficientemente analisado.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Publicidade - Colecionismo - Filme e Video - Musica - Artes Performativas - Edição - Televisão e Radio - Artes Graficas e Visuais - Architectura - Vestuario e calçado - Design - Moda - Produtos para Casa - Brinquedos
UNESCO	<p>Indústrias culturais são definidos como aquelas indústrias que produzem bens materiais ou imateriais de origem artística e criativa, e que têm um potencial de criação de riqueza e geração de emprego através da exploração de bens culturais e de produção de conhecimento baseados em bens e serviços (tradicional e contemporânea). O que as indústrias culturais têm em comum é que todas elas utilizam criatividade, o conhecimento cultural e propriedade intelectual para a produção de produtos e serviços com significado social e cultural.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Publicidade - Architectura - Mercado de Arte e Antiguidades - Design de mobiliario - Moda - Filme, Video e audiovisual - Design Grafico - Musica (Vivo e Grav.) - Artes Performativas e Entretenimento - Televisão, Rádio e Internet - Artes Visuais e Antiguidades - Escrita e edição

Quadro 2. Definições de *Clusters*

Factores chave	Definição	Estudos
Localização/Proximidade geográfica	"O conceito mais geral de " <i>Cluster</i> " sugere algo de menos concreto: a tendência para firmas em tipos de negócios semelhantes de localizarem próximas, apesar de poderem não ter uma importância particular na área."	Crouch and Farrell (2001:163)
	"Um <i>cluster</i> é um grupo de companhias e instituições associadas próximas geograficamente num determinado campo, ligadas por semelhanças e complementaridades."	Porter (1998:197)
	"Um <i>Cluster</i> significa um alargado grupo de firmas em indústrias relacionadas numa localização comum."	Swann e Prevezer (1998:1)
	" <i>Clusters</i> são aqui definidas como um grupo de firmas dentro de industria localizadas na mesma área geográfica."	Swann e Prevezer (1996:139)
Sinergias	" <i>Cluster</i> é usado para representar concentrações de firmas capazes de produzir sinergias por causa da sua proximidade geográfica e interdependência, apesar de em escala a produção de emprego poder não ser pronunciada."	Rosenfeld (1997:4)
	" <i>Cluster</i> económico não são apenas industrias e instituições relacionadas, mas que se suportam e mais competitivas por virtude das suas relações."	Feser (1998:26)
Instituições	"Uma pronunciada concentração geográfica de cadeias de produção para um produto ou um conjunto de produtos similares, assim com instituições associadas que influenciam a competitividade dessas concentrações (infraestrutura educacional e programas de investigação)."	Redman (1994:174)
	" <i>Clusters</i> são grupos de companhias e instituições co-localizadas numa região geográfica específica e conectadas entre si por interdependências gerando um grupo de serviços ou produtos relacionados."	Solvell <i>et al.</i> (2006:122)
Networks/Colaboração	" <i>Clusters</i> são redes relativamente densas de empresas e organizações, cuja cadeia de valor esta conectada mas não necessariamente através de transacções económicas."	Van den Berg <i>et. al.</i> (2001:187)
	" <i>Cluster</i> é uma forma progressiva de rede de negócios, que tem fortes objectivos de negócios empenhada em vendas e dividendos."	Seed A (2003:89)

Fonte : Organização Pessoal

Quadro 3 . Crescimento e Desenvolvimento de *Clusters*

Origens e estádios do crescimento de <i>cluster</i>	
Como se origina uma <i>cluster</i> ?	
RACIOCÍNIO SUBJACENTE E OBJETIVOS – diferentes atores envolvidos	
<ul style="list-style-type: none"> • Artistas autónomos e / ou produtores • Agências de desenvolvimento económico • Planeadores urbanos • Investidores privados • Administração local 	
DESCRIÇÃO GERAL	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Escala (regiões – bairros – ruas - complexos de edifícios – edifícios multifuncionais) 2. Níveis de Coordenação (formas simples de agregação – formas ordenadas de atividade – projetos bem planificados) 	
Profundidade da <i>Cluster</i>	
Colaboração Intra- <i>Cluster</i>	
Portfólio de atividades “HORIZONTAL”	Portefólio de funções “VERTICAL”
Mono funcional vs. Multifuncional Elementos de lazer	Produto Cultural: Design – produção – apresentação. Troca – consumo
FACTORES DE AGLOMERAÇÃO	
Factores “Hard” <ul style="list-style-type: none"> • Infraestruturas • Espaço “barato” (baixo custo) • Acessibilidade 	Factores “Soft” <ul style="list-style-type: none"> • Ambiente e Atmosfera • Valor simbólico do lugar • Visibilidade e possibilidade de “<i>branding</i>”
Networks Local-Global	
De que maneira é a <i>cluster</i> influenciada pelos processos local-global?	
POSICIONAMENTO	
<ul style="list-style-type: none"> • No espaço urbano • Ao nível Nacional 	

<ul style="list-style-type: none"> • Ao nível Internacional
CONEXÕES GLOBAIS
Espessura Institucional Que estruturas institucionais suportam a <i>cluster</i> ?
ENQUADRAMENTO ORGANIZACIONAL
<ul style="list-style-type: none"> • Papel da Administração (local) • Instituições de suporte • Papel das Instituições Educacionais
REGIMES FINANCEIROS
<ul style="list-style-type: none"> • Subsídios Públicos • Modelos Público-Privado • Apoio Externo (e.g. Programas Europeus)
Atuais dinâmicas de mudança Qual é o estado atual de desenvolvimento?
<ul style="list-style-type: none"> • Mudanças em progresso • Prospeto da trajetória futura

Fonte: Organização Pessoal

1.2.2. Características das Indústrias Criativas

A nível internacional denota-se uma tendência para o setor das indústrias criativas se concentrar num reduzido número de conglomerados que por sua vez dependem do fornecimento de conteúdos criativos produzidos por milhares de micro empresas espalhadas por todo o mundo.⁶

Esta ecologia internacional assente principalmente na criação de conteúdos, serviços, arte e cultura foi agrupada em grupos de atividades pela Utrech School of Arts da seguinte forma:

⁶ 5 NESTA (the National Endowment for Science, Technology and the Arts), Report on Creative Industries, 2003

- As indústrias diretamente ligadas à **arte e cultura**, cuja existência depende em grande parte de investimento público e podem conter também as indústrias consideradas estratégicas ao nível da inovação. Para esta categoria entram entre outros, os grupos de teatro, salas de espetáculo e museus.
- Outra área poderá englobar as indústrias associadas aos **media e entretenimento**, cuja existência é garantida a grosso modo pelas receitas da publicidade. Nesta categoria entram, por exemplo, as estações de televisão e rádio.
- Por último, as **artes aplicadas e serviços prestados**, como por exemplo, a moda, o design e a arquitetura, bem como serviços de consultoria.

Mas que características distinguem estas indústrias das demais ou tradicionalmente reconhecidas tal como a agricultura ou a manufatura? No Quadro 4 tentou-se reduzir estes elementos diferenciadores e identificar os principais resultados que destes decorrem:

Quadro 4. Características Diferenciadoras das indústrias criativas

Característica Diferenciadora:	Resultados ao nível de:
Os negócios criativos contribuem para dar carácter a determinados lugares, tornando-os mais atrativos, vibrantes e vanguardistas;	Place Making
Os valores culturais e empresariais das indústrias criativas têm um impacto direto no reforço da identidade territorial;	Identidade Territorial
Apresentam modelos de negócio flexíveis e inovadores, que influenciam os outros setores a procurar novos métodos de comunicação, acesso aos mercados e organização da produção;	Cultura empreendedora

Têm um empenhado compromisso com o design e com a criação de ambientes exclusivos;	Design
Os empreendedores criativos mantêm fortes laços com uma variedade de instituições, em particular com as universidades, onde pesquisam tecnologia e métodos de trabalho, fazem recrutamento e se desenvolvem profissionalmente;	Espessura Institucional
As indústrias criativas e seus <i>clusters</i> oferecem espaços de trabalho inclusivos e agradáveis onde a formação de redes entre empresas e indivíduos é facilitada. Este factor ajuda os negócios a crescer, permite a atração e a retenção de uma comunidade criativa talentosa que procura a reputação do lugar, qualidade de vida e uma oferta cultural de prestígio;	Efeito <i>Cluster</i>
Os setores criativos mantêm parcerias com o Estado em modelos diversos dos verificados em outros setores, pelo reconhecimento do interesse público de algumas das suas atividades;	Parcerias
O sector é constituído maioritariamente por indivíduos, microempresas e PME's que trabalham em cadeias de fornecimento complexas, que combinam atividades comerciais com atividades pré-comerciais (ou mesmo anti-comerciais) e que dependem, em grande parte de redes informais por onde fluem as ideias criativas.	Tecido Empresarial

Fonte: Organização Pessoal

1.3. Porque se organizam em *cluster* as Indústrias Criativas?

O setor das indústrias criativas apresenta-se de forma não homogénea em termos de distribuição territorial, e esta tendência para se concentrar em núcleos geográficos específicos de acordo com as atividades económicas desenvolvidas também não é casual. (Lazzeretti *et al.* 2009:1)

Apesar da importância deste aspeto a literatura existente escasseia em investigação que aponte determinantes (Holzl, 2005) ao nível socioeconómico, geográfico e político para esta tendência.

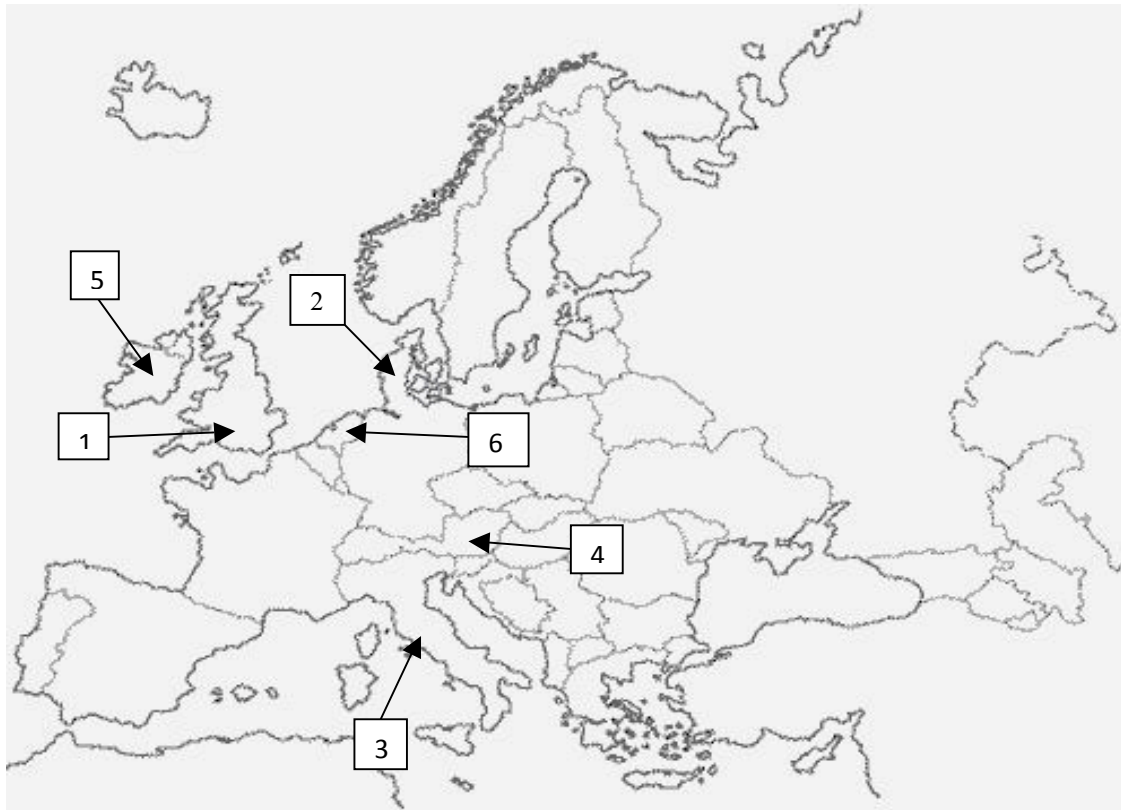
Oportunamente Lazzeretti (2009), ao investigar a configuração de *clusters* de indústrias criativas em Itália e Espanha apontou 5 hipóteses de acordo com a literatura, de determinantes desta concentração em *cluster* das I.C. : *Históricas; Culturais; Proximidade do poder político local; Aglomerados económicos; e Concentração de capital humano* i.e. classe criativa (Florida, 2005).

A abordagem do setor das indústrias criativas através do fenómeno dos *clusters* comporta limitações de ordem de grandeza e carácter informal, visto dificilmente levarem em conta aspetos temporais do desenvolvimento dos espaços criativos e as dinâmicas de organização da produção criativa cf. Pratt (2004).

De forma a evidenciar a multiplicidade de factores determinantes do efeito *cluster* criativo apresentam-se sete mini “case studies” que serviram de base à investigação preliminar:

1.3.1 “Mini Case-Studies” de *Clusters* Criativos

Quadro 5. Casos de *Cluster* Criativos de referência internacional



1 – Reino Unido:

Londres – East London

Bristol – NHU (Natural history film-making *Cluster* em Bristol)

2 – Dinamarca:

Hvidovre (condado de Copenhaga) – Filmbyen (Filmcity – *cluster*) Media hub

3 – Itália:

Firenze – Múltiplas *Clusters* (Arno *Cluster*)

4 – Áustria

Vienna – Museums *Cluster*

5 – Irlanda

Dublin – Temple Bar Area *Cluster*

6 – Holanda

Rotterdam – Museum Quarter (inspirado em Baltimore U.S.A.)

Amsterdam – Westergasfabriek *Cluster*

Tilburg – Veermarktkwartier

Bristol – *Cluster* NHU (Natural history film making unit)⁷

Neste caso os autores (Basset *et al.* 2001) apresentam o caso do *cluster* criativa de Bristol com base na unidade de documentário de história natural da BBC e explicam de que forma esta *cluster* se tornou num caso de sucesso mas alertam para as falhas como iremos ver a seguir.

Nos anos cinquenta tenta-se localizar uma unidade de história natural na cidade de Bristol devido à existência no local de muitos especialistas nesta área. Nos anos sessenta esta unidade já empregava permanentemente vinte pessoas. Nos anos setenta “levantaria voo” com a chegada de David Attenborough e a criação de variados programas de sucesso: “Life on Earth” por exemplo. No final dos anos noventa seria já a maior unidade de produção fílmica de vida selvagem.

Que fundos\financiamento apresentou esta unidade? Três: Públicos através da BBC, comerciais da BBC WorldWide e privados vindos dos parceiros americanos. Porque razão esta unidade se desenvolveu em *cluster* e que ligações para mais teve com a cidade de Bristol? Pessoas com competências específicas já se encontravam no local, e não se precisava recorrer a outras fontes humanas. Outro razão foi o espírito de liberdade criativa que possibilitou este trabalho de cooperação dos vários segmentos da unidade e no contexto da cidade de forte cariz independente.

Um dos aspetos que os produtores entrevistados neste estudo apontavam para o sucesso da unidade foi a interação dentro do *cluster*, formas essas de cooperação que levaram ao conhecimento coletivo.

Por outro lado com o fim dos anos noventa o *cluster* espontaneamente ligou-se com distribuidores globais . Resultando numa rede global de troca e interdependência com base em produções enraizadas no espírito local.

A criação de festivais como “Wildscreen Festival” denuncia também, aqui uma espessura institucional na medida em que o envolvimento com organismos *públicos*:

⁷ Bassett et al. 2001, Cultural industries, Geoforum

universidades e agências não governamentais levou à criação de produtos de alto valor estético. (espessura institucional)

Finalmente as dinâmicas atuais de mudança e menos procura de programas de história natural levaram a que se repensasse toda o *cluster*, por um lado as companhias de produção mais pequenas que entretanto nasceram da NHU diversificaram os seus outputs em campos como as viagens, história da arte. Por outro lado inovação tecnológica permitiu resistir as adversidades da procura, com novas técnicas de filmagem e web t.v. etc. (dinâmicas de mudança)

Concluindo o caso de Bristol revela ainda a ancoragem estatal muitíssimo forte deste *cluster*, tendência semelhante nos outros casos abordados, ainda que economicamente estável e de forte empregabilidade. O que de melhor se fez aqui levou os autores a admitirem que cidades pequenas num mundo global podem ser importantes sítios de produção cultural auto-sustentáveis e manter certa autonomia das grandes metrópoles.

Hvidovre (Copenhaga) – Filmbyen (Filmcity – *cluster*) Media hub⁸

Nas antigas instalações de um campo militar (reutilização de edifícios\complexos para novas funções) situado em Hvidovre no condado de Copenhaga criou-se um “creative milieu” nas palavras do autarca Britta Christensen dando espaço a atividades culturais e artísticas.

Dinamizado pelo facto de aí se ter instalada a Produtora de filmes Zentropa de Lars Von Trier e do produtor Aalbaek, de resto esta produtora é a detentora da maioria dos edifícios e a líder de todo o projeto que em volta do sucesso mundial de Lars Von Trier.

Em termos locais o facto de se encontrar isolado este complexo ajudou a criar uma comunidade em torno do *cluster* Filmbyen. A proximidade física de todas as firmas possibilita poupar despesas e incrementar interação social, bom para o

⁸ Silvia Cazzetta, Unica Euromaster Thesis, 2009

desenvolvimento de novas ideias e troca de conhecimentos. Apesar de tudo a distância da cidade comporta inconvenientes especialmente para famílias.

Zentropa é a maior companhia de produção de filmes da Escandinávia, contudo está conectada com as suas unidades de produção em Espanha, Alemanha e Suécia (local-global networks).

Apoiada pelo DFI (Danish Film Institute) conseguem subsidiar em 40% as produções comerciais e em 100% as produções autorais. (espessura institucional) Nos últimos anos começou a revelar fraquezas, não existem de resto ligações com nenhum grande organismo de educação.

Talvez não se tenha conseguido neste caso gerir o sucesso mundial da Unidade a longo termo, como tem sido avançado, a partir de 2009 cortes foram feitos nas estruturas devendo-se esta fraqueza também ao não acompanhamento das evoluções tecnológicas do mercado digital.

O autor do estudo Cazzetta (2009) salienta que independentemente de certas fraquezas a história local escreveu-se neste contexto de um *cluster* cultural.

Firenze – Múltiplas *Clusters* (Arno *Cluster*)⁹

O caso Arno *Cluster* em Firenze foi de imediato reconhecido como um estudo importante a ser considerado neste projeto pois aplica-se a uma tentativa do autor (Do, N. 2006 mestrando Blekinge Institute) em analisar um *cluster* clássico que se desenvolveu por um lado espontaneamente fruto de indústrias ancestrais, e aplicar essa análise transferindo-a para a sua região no sul da Coreia que se trata de um contexto económico em enfraquecimento devido à alta dependência do fluxo turístico, o autor tenta ajudar o rejuvenescimento económico através do modelo de *cluster* cultural.

Economicamente Firenze desenvolve-se em três setores históricos que se revitalizaram e (en) *clusterizaram*, a saber, a Arte, a Agricultura (azeite e vinho) e os

⁹ Do, N. How to create cultural *clusters* in historical regions, 2006, Blekinge Inst.

Têxteis (manufaturas). No caso da Arte foi reconhecida a espessura institucional na medida em que se envolveram no campo do restauro universidades, instituições privadas e governo localizando no vale do Arno o projeto RIS.

Por outro lado a indústria têxtil aglomerada no *cluster* em Prato (região a sul de Arno) através da produção de *garments* em pele para as marcas (Ferragamo, Fendi, Gucci) empregando mais de sete mil pessoas e gerando 600 milhões de euros, onde quase toda a produção é exportada (conexão local-global).

Neste contexto do vale do Arno as indústrias tradicionais desenvolveram-se naturalmente num sistema de *cluster* com um background histórico alimentado por uma grande proximidade entre as várias indústrias, formando múltiplos *clusters*.

Vertical e horizontalmente relacionando as firmas em linhas de negócio similares, foi através de proximidade geográfica possível o desenvolvimento de regiões históricas.

Rotterdam – Museum Quarter (inspirado em Baltimore U.S.A.)¹⁰

Este é um exemplo de um *cluster* cultural conscientemente desenvolvido nesse sentido, ou seja fortalecer o perfil da cidade e inverter a tendência de suburbanização e escassez de emprego, no final dos anos noventa. Inspirada no exemplo de Baltimore em que à semelhança da Holanda usou as artes e cultura para revitalizar o seu porto. (novas funções de complexos industriais)

Hoje em dia o “bairro museu” concebido pelo arquiteto Rem Koolhaas comporta um museu de arte clássica e moderna (Boijmans van Beuningen museum) um novo instituto de arquitetura e um Hall of Arts (Kunsthal) e o recentemente renovado Nature Museum, de forma a conectar o “bairro museu” com o fluxo turístico a zona do porto histórico do lado oposto da cidade a rua que os liga foi transformada num eixo cultural uma espécie de boulevard cultural, num jogo de produção-consumo de várias funcionalidades, onde temos galerias de arte, e art cafés.

¹⁰ Mommaas, H., 2003 Cultural *Clusters* and the Post-Industrial City, apresentada em Conferência em Manchester. Inserem-se aqui os vários casos da Holanda estudados.

Algumas fraquezas deste exemplo relacionam-se com a demasiada dependência do setor cultural aqui presente em termos de espessura institucional e pouco dinâmica do mesmo.

Amsterdam – Westergasfabriek *Cluster*

O exemplo da Westergasfabriek *cluster* é distinto do anterior, sendo uma zona geográfica de enclave entre o porto de mar e a zona ferroviária, originalmente uma fábrica de distribuição de gás (novas funções antigo complexo industrial), percebe-se aqui a tentativa das autoridades locais em descentralizar. (espessura institucional)

Abriga atualmente cafés e restaurantes teatros e cinemas especialmente dedicados à produção holandesa, e também pequenas produtoras de filmes, companhias de teatro.

Tilburg – Veermarktkwartier

O terceiro caso apresentado por Mommaas, refere-se a uma tentativa de criar de raiz um *cluster* cultural no Veermarktkwartier a sul da cidade de Tilburg, antiga área têxtil de fim do séc. XIX, aproveitamento de um complexo têxtil (novas funções – antigos complexos industriais) e alberga hoje em dia companhias de musica pop ex. 013, e instalações adjacentes de gravação, um centro de artes amadoras, vários pequenos cafés, e livrarias de arte, situadas em edifícios do Fundo de Artes de Tilburg (espessura institucional).

Reconheceu-se em Tilburg o papel regenerador urbano da arte e cultura, em que funções económicas e culturais se pudessem interpenetrar, e transformando as noções de privado e público numa organização coletiva e colaborativo. (regimes financeiros mistos)

Londres – East London / CIDA.UK

A agência CIDA.UK na zona este de Londres foi apontada como exemplo na candidatura de Guimarães a capital Europeia da Cultura por dois motivos, este organismo plasma em si uma missão de regulador e dinamizador de *cluster* culturais e está inserido num *cluster* cultural muito recente e de grande sucesso efetivo, senão veja-se:

A agência funciona como provedor de serviços às indústrias culturais dos bairros em que se inserem no este de Londres: Tower Hamlets; Hackney.

Através de várias ferramentas fornece consultadoria e planeamento estratégico assim como formação e networking, promovendo um setor culturalmente muito diverso, de resto o east london é uma zona multiétnica por excelência e reorganiza-se desde 2000 como nova área social urbana onde para além do mais terão lugar os jogos olímpicos de 2012. Em tempos foi uma zona problemática e de forte segregação mas através da promoção do acesso à cultura dos grupos de risco e um forte empreendedorismo das classes jovens e classes criativas foi possível um crescente rejuvenescimento urbano.

Por outro lado um forte envolvimento dos agentes educativos (espessura institucional) promovendo desde 2005 a criação de incubadores sócio-culturais fortemente marcados pela diversidade local, mas onde a coesão através do diálogo intercultural se foi fortalecendo, resultando em laboratórios cénicos e musicais entre outros, ligados à rede de ensino local.

A localização geográfica até certo ponto marginal (zona dos canais e lagos onde o metro não chega, apesar de bem conectada por bus e overground) incentivou um espírito de comunidade fora das rotas turísticas do centro de Londres e apelativo aos jovens empreendedores, galeristas, artistas, “artcoffe owners”.

Esta área alberga atualmente a maior concentração de galerias de arte do mundo, uma galáxia de estúdios e ateliês de artistas paralelos e uma rota de negócios

complementares em desenvolvimento onde ainda não se podem perceber todas as dinâmicas atuais em progresso e resultados.

1.4 O caso do Reino Unido : Política nacional e local para as Indústrias Criativas

A noção de indústrias criativas no final dos anos noventa estava já completamente incorporada no discurso político Britânico. Através da tentativa de conectar as “artes” às indústrias culturais, fazendo com que estas atividades mais refinadas pudessem participar no desenvolvimento económico.

Para além disso duas ordens de motivações ulteriores presidiram esta estratégia política britânica: a 1ª prendia-se com o reconhecimento deste setor como chave para o crescimento: “*the Creative industries are the key new growth setor of the economy, both nationally and globally: and that they are therefore the key source of future employment growth and export earnings*” (Garnham, 2005: 25) Ainda o mesmo autor aponta a tentativa de incentivar os conglomerados de software a construir alianças com atividades menores, reforçando deste modo a proteção da propriedade intelectual.

Em segundo lugar identificou-se a tentativa de motivar o setor cultural a usar este argumento para promover o apoio público a nível da formação por exemplo. Orientando consequentemente a política da educação para uma estratégia focada cada vez mais nas competências (*skills*): sendo que o futuro da prosperidade nacional dependia por conseguinte de trabalhadores inovativos. (Hesmondhalgh, 2006)

Importa ressaltar que apesar de o Reino Unido ter sido pioneiro em termos de políticas para as indústrias criativas, o resultado a nível nacional não pode ser confundido com o caso de Londres. Ainda segundo Garnham (2005:26) o resultado da política nacional para as indústrias criativas acenta na noção da produção artística subsidiada: “*The UK Creative Industries policy is more than ever based on an “artist-centred” notion of subsidy, rather than an audience oriented policy of infrastructural support*”

De que forma a cidade de Londres e a zona Este particularmente incorporaram este processo político? Veremos em seguida que independentemente da concentração de factores endógenos: culturais, históricos e aglomeração económica, a **espessura institucional** teve um papel determinante no suporte às indústrias criativas.

Ao nível local são relevantes dois enquadramentos políticos na cidade de Londres no que concerne a ação reguladora do setor das indústrias criativas. Em primeiro lugar os *Boroughs* ou *Councils* que administram as unidades mais reduzidas do poder político em Londres e que serão abordados no 3º capítulo referente aos questionários qualitativos . Por outro lado a GLA (Greater London Authority) que seria o equivalente em Portugal do poder autárquico.

Se bem que sejam abundantes as fontes ao nível nacional, que atestam a importância substancial das Indústrias Criativas para a economia Britânica (DCMS, 2006; NESTA, 2006). Algumas exceções no panorama britânico: “DCMS Evidence Toolkit” 2004, apontam a falta de coordenação entre os diferentes níveis de administração pública e por outro lado a atenção dada a região metropolitana de Londres e do sul de Inglaterra em geral em detrimento das outras regiões (Creight- Tyte, 2005).

Capítulo 2. Indústrias Criativas e Políticas Culturais, e o impacto económico no Desenvolvimento das Regiões.

2.1. Considerações iniciais

Pretendeu-se neste ponto explorar três elementos essenciais acerca do funcionamento das políticas nacionais e regionais no âmbito das Indústrias Criativas (abreviadas I.C.): 1º A relação entre cultura subsidiada publicamente e as I.C. E que indicadores norteiam a despesa publica no âmbito das I.C. 2º O impacto económico do setor das I.C. ao nível Europeu, Nacional e Regional em Portugal. 3º Que estratégias para o desenvolvimento das I.C. ao nível local.

Nos últimos anos o setor cultural atravessado pela nova abordagem às I.C. foi de facto objeto de novas estratégias de incentivo público, a Austrália foi pioneira a este respeito com o programa “Creative Nation” (1994) seguida pelo caso paradigma na Europa do Reino Unido e eventualmente Canada e alguns países Escandinavos. A partir de 2006 a União Europeia com o relatório “The Economy of Culture in Europe” (2006) assume esta mesma tendência que plasma um crescente interesse pela criatividade como factor essencial para a competitividade das nações na era da Globalização.

Se até há cinco anos atrás o argumento económico a favor da despesa publica no campo da cultura era visto como apenas uma forma de criar ativos no campo do turismo, hoje novos argumentos se afiguram, entre eles:

- Se uma dada região aspira a tornar-se um distrito inovativo, um ambiente culturalmente rico é indispensável à atração da “classe criativa” (Florida 2002).
- A criação de hubs criativos é sugerida por vários autores como estratégia de sucesso ao nível das regiões e seu desenvolvimento cf. Greffe (2002:34)
- Nas ultimas duas décadas como já evidenciado, as I.C. foram o setor de maior crescimento na Europa, apesar do contraste e queda do setor da música, este foi largamente compensado por outros (livros, media, vídeo jogos – software)
- As indústrias que dependem de conteúdos altamente criativos beneficiam indiretamente do investimento no setor criativo de base (património, arte contemporânea, artes performativas).

- Finalmente, uma motivação importante nos últimos anos para o investimento nas I.C. é o contributo económico destas através das políticas de inclusão e integração. Em todos os países industrializados este aspeto é fundamental, especialmente pela dimensão do fenómeno da imigração.

2.2. Investimento Público Nacional e Local no setor Criativo. Que tendências na Europa e Portugal?

Ao analisarmos os dados relativos a investimento público no setor criativo a nível Europeu nos últimos dez anos, deparamo-nos com abordagens muito distintas mesmo no conjunto dos países europeus ocidentais. Já para não falarmos das diferenças com os países da Europa central que após o processo de independência soviética alocaram consideráveis quotas de investimento para este setor criativo.

Alguns países concentram maiores recursos de investimento público a nível do património cultural, outros a nível da diversidade cultural e inclusão social. As I.C. notavelmente tornaram-se um factor económico importante dentro das políticas nacionais culturais de quase todos os países europeus. Em baixo apresenta-se no quadro 7. Prioridades Culturais das Políticas dos 27 países Europeus, onde se verifica que o suporte à proteção do património e foco na I.C. é quase universal a todos os países.

Por outro lado verifica-se que alguns objetivos pertencem somente a alguns países, o caso do apoio direto a artistas é um objetivo fulcral das políticas dos países nórdicos. Enquanto a importância da arte na educação e coesão social é uma prioridade particularmente nos casos da Suécia, Dinamarca, Finlândia Países Bálticos, Reino Unido e França. Analogamente a proteção do desenvolvimento do património edificado permanece prioritário na Itália, Grécia, Chipre e Malta.

A questão da descentralização surgiu também como diferenciador do investimento público no setor criativo. Sendo que este se apresentou como uma das prioridades ao nível das políticas culturais em Portugal, significando no médio prazo um crescente fortalecimento da ação das autoridades locais. Como veremos nos quadros 7 e 8.

Quadro 6. Prioridades nas Políticas Culturais

Prioridade Política	Países
Liberdade Artística	Áustria, Bulgária, Republica Checa, Dinamarca, Itália
Pluralismo	Áustria, Dinamarca, França, Alemanha, Grécia, Irlanda, Lituânia, Holanda, Portugal , Roménia, Eslovénia e Espanha
Qualidade Artística	Áustria, Bélgica, Dinamarca, Grécia, Suécia, Reino Unido
Criatividade – Inovação	Áustria, Bélgica, Republica Checa, Estónia, Finlândia, Grécia, Irlanda, Itália, Letónia, Luxemburgo, Lituânia, Malta, Polónia, Espanha, Reino Unido.
Identidade	Áustria, Bélgica (comunidade alemã), Republica Checa, Estónia, Alemanha, Grécia, Hungria, Irlanda, Letónia, Luxemburgo, Roménia, Eslovénia, Reino Unido.
Internacionalização	Áustria, Bélgica (comunidade francesa) Bulgária, Chipre, Estónia, Finlândia, França, Alemanha, Grécia, Hungria, Itália, Luxemburgo, Polónia e Portugal .
Apoio a Artistas	Áustria, Bélgica, Finlândia, Alemanha, Irlanda, Luxemburgo, Malta e Suécia.
Digitalização	Áustria, França, Irlanda, Luxemburgo
Reconhecimento da organização administrativa	Áustria, Bélgica, Bulgária, Finlândia, Alemanha, Irlanda, Letónia, Lituânia, Luxemburgo, Holanda, Portugal e Espanha.
Descentralização	Áustria, Bélgica, Chipre, Dinamarca, Finlândia, França, Letónia, Luxemburgo, Malta, Polónia, Portugal , Eslováquia, Reino Unido.
Educação	Todos
Participação Social	Todos
Efeitos Económicos da Cultura	Áustria, Hungria, Holanda, Reino Unido.
Património Cultural	Bélgica, Chipre, Republica Checa, França,

	Grécia, Hungria, Irlanda, Itália, Lituânia, Luxemburgo, Malta, Polónia, Portugal , Eslováquia, Espanha e Reino Unido.
Mudanças Legislativas	Bélgica, Bulgária, França, Alemanha e Irlanda.
Envolvimento de ONG e Privados	Bulgária, Alemanha, Irlanda, Luxemburgo, Malta, Holanda, Eslováquia, Eslovénia, Espanha.
Indústrias Criativas	Áustria, Bélgica, Estónia, Finlândia, França, Irlanda, Itália, Luxemburgo, Polónia, Portugal , Espanha, Suécia, UK.

Fonte: *Council of Europe/ERIC arts 2006 (organização pessoal)*

Quadro 7. Organização da administração pública responsáveis pela cultura

Country	Centralised/ Decentralised System	Central Ministry with Cultural Competence	Local Level of Government	Other Ministries	Arms Length Bodies/National Cultural Funds or Foundations	Representatives of Different Levels of Government
Austria	Federal system (decentralised structure)	State Secretary for Arts and Media	<i>Bundesländer</i>	<ul style="list-style-type: none"> Foreign Affairs Economic Affairs and Labour Interior 	Advisory bodies responsible for funds redistribution	<i>Landeskultur-referentenkonferenz</i> : Meeting of representatives of the <i>Bundesländer</i> and the federal government
Belgium	Federal system (Subsidiary principle)	No central ministry	<ul style="list-style-type: none"> Flemish French German Communities 	<ul style="list-style-type: none"> Foreign affairs Education Employment Environment Media Mobility Tourism 	<ul style="list-style-type: none"> Literature Fund Flemish Audiovisual Fund 	Federal level
Bulgaria	Centralised structure moving towards decentralisation	Ministry of Culture	Councils on culture (municipal level)	Finance	National Culture Fund (2000)	Inter-departmental commissions
Cyprus	Centralised	Ministry of Education and Culture	Municipalities (festivals, libraries)	<ul style="list-style-type: none"> Communication and Public Work Foreign Affairs 		Union of Cyprus Municipalities
Czech Republic	Centralised	Ministry of Culture	Municipalities	Foreign Affairs		
Denmark	Very decentralised	Ministry of Culture (mainly set the framework)	Municipal County Councils	<ul style="list-style-type: none"> Environment Education 	<ul style="list-style-type: none"> State Art Foundation Film Subsidy Authority Danish Arts Council 	
Estonia	Centralised state structure, independent municipal policies	Ministry of Culture	Municipalities	<ul style="list-style-type: none"> Education Interior Economy Finances 	<ul style="list-style-type: none"> Estonian Cultural Foundation (ECF) Estonian Film Foundation 	Cooperation among different ministries

Country	Centralised/ Decentralised System	Central Ministry with Cultural Competence	Local Level of Government	Other Ministries	Arms Length Bodies/National Cultural Funds or Foundations	Representatives of Different Levels of Government
Finland	Bi-polar centralised system: state and municipalities. Vertical decentralisation	Ministry of Education and Culture	Municipalities	<ul style="list-style-type: none"> Finance Interior Transport and Communications Trade and Industry 	<ul style="list-style-type: none"> Arts Council of Finland (Central Arts Council and the State Artform Councils) Regional Arts Councils 	Council of State
France	Centralised structure with regional trends and growing local government role	Ministry of Culture and Communication	<ul style="list-style-type: none"> Départements Municipalities Regions 	<ul style="list-style-type: none"> Youth, Education and Research Foreign Affairs 	<ul style="list-style-type: none"> Fonds régionaux d'acquisition des musées (FRAM) Fonds régionaux d'acquisition des bibliothèques (FRAB) Fonds régionaux d'art contemporain (FRAC) 	Inter-municipal cooperation
Germany	Federal system Complete devolution	No Ministry	Länder	German Federal Ministry for Foreign Affairs	Prussian Cultural Heritage Foundation	Standing Conference of the Ministers of Education and Cultural Affairs of the Länder in the Federal Republic of Germany
Greece	Centralised system	Ministry of Culture	Local government	<ul style="list-style-type: none"> Press and Mass Media Environment; Planning and Public Works; Foreign Affairs; Education and Religious Affairs; Development 	<ul style="list-style-type: none"> National Book Centre Greek Cinema Centre Fund of Credits Management for Archaeological Work Unification of the Archaeological Sites of Athens Hellenic Culture Organisation 	Interministerial committees
Hungary	Decentralised with re-centralising tendencies	Ministry of National Cultural Heritage	Local Authorities	<ul style="list-style-type: none"> Interior; Transport and Telecommunication 	<ul style="list-style-type: none"> National Cultural Fund The Hungarian Public Foundation for Motion Pictures 	National Development Office
Ireland	Very centralised system	<ul style="list-style-type: none"> Department of Arts, Sport and Tourism Department of Environment, Heritage and Local Government 	Local government (but less than other EU countries)	<ul style="list-style-type: none"> Communications Marine and Natural Resources Finance Education and Science Foreign Affairs Enterprise, Trade and Employment 	<ul style="list-style-type: none"> Arts Council National Gallery National Museum Etc. 	Arts and Culture Enhancement Support Scheme (ACCESS)

Country	Centralised/ Decentralised System	Central Ministry with Cultural Competence	Local Level of Government	Other Ministries	Arms Length Bodies/National Cultural Funds or Foundations	Representatives of Different Levels of Government
Italy	Developing a federal approach	Ministry of Heritage and Cultural activities	<ul style="list-style-type: none"> Regions Provinces Municipalities 	<ul style="list-style-type: none"> Foreign Affairs Internal Affairs 	<ul style="list-style-type: none"> Venice Biennale Fondo Unico per lo Spettacolo 	<ul style="list-style-type: none"> Inter-ministerial Committee for Economic Planning State-Regions Conference
Latvia	Centralised structure, tendency to decentralisation	Ministry of Culture	<ul style="list-style-type: none"> Municipalities Counties Cities 	<ul style="list-style-type: none"> Defence Environment Foreign Affairs 	State Cultural Capital Foundation	
Lithuania	Centralised structure moving towards decentralisation	Ministry of Culture	<ul style="list-style-type: none"> Municipalities Counties 		<ul style="list-style-type: none"> Media Support Foundation Culture and Sport Support Fund Lithuanian Culture and Arts Council 	
Luxem- bourg	Centralised	Ministry of Culture, Higher Education and Research		<ul style="list-style-type: none"> Foreign Affairs Education Youth Affairs 	National Cultural Fund	
Malta	Decentralisation of culture has become a priority	Ministry for Tourism and Culture, Youth and the Arts	Legislation for local authorities	Internal Affairs	<ul style="list-style-type: none"> Malta Council for Culture and the Arts Heritage Malta Fondazzjoni Patrimonju Malti National Orchestra Etc. 	
Nether- lands	Centralised structure with strong tendency towards decentralisation	Ministry of Education, Culture and Science	Provincial and municipal governments	<ul style="list-style-type: none"> Housing, Spatial Planning and the Environment Agriculture, Nature and Food Quality 	<ul style="list-style-type: none"> National Fund Mondriaan Foundation Netherlands Architecture Fund Netherlands Foundation for Visual Arts, Design and Architecture Dutch Foundation for Literature Dutch Film Fund 	Committees for interdepartmental co- operation
Poland	Decentralisation of management and financing of culture is ongoing; strong emphasis on local level authorities	Ministry of Culture	<ul style="list-style-type: none"> Regional (voivodship) Provincial (poviat) Municipal (gmina) level 	Foreign Affairs	Creativity Promotion Fund	Inter-ministerial co- operation in the field of culture

Country	Centralised/ Decentralised System	Central Ministry with Cultural Competence	Local Level of Government	Other Ministries	Arms Length Bodies/National Cultural Funds or Foundations	Representatives of Different Levels of Government
Portugal	Some areas of devolution but hardly decentralisation	Ministry of Culture	Independence of municipalities	<ul style="list-style-type: none"> Education Labour and Solidarity Environment, Planning and Regional Development Foreign Affairs 		Protocols with various ministries
Romania	Centralised system	Ministry of Culture and Religious Affairs	Some power to municipalities	<ul style="list-style-type: none"> Foreign Affairs Research and Educ. 	National Fund	Interministerial and intergovernmental coop.
Slovakia	Centralised system	Ministry of Culture	Attempt to decentralise	Foreign Affairs	Pro Slovakia State Cultural Fund	
Slovenia	Centralised system; municipalities played an important role	Ministry of Culture	Municipalities	<ul style="list-style-type: none"> Higher Education, Science & Technology Economy Environment, Spatial Planning and Energy Agriculture Foreign Affairs 	<ul style="list-style-type: none"> Film Fund Cultural Fund for Cultural Activities 	
Spain	Decentralised	Ministry of Culture and Education	<ul style="list-style-type: none"> Comunidades Autónomas (CCAA) Municipalities 	<ul style="list-style-type: none"> Foreign Affairs Environment 	<ul style="list-style-type: none"> Instituto Nacional de las Artes Escénicas y de la Música Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales 	Comisión Delegada del Gobierno para Asuntos Culturales
Sweden	Centralised system; central level dialogue with autonomous regional and local levels	Ministry of Education, Research and Culture	<ul style="list-style-type: none"> Municipalities; Counties 	<ul style="list-style-type: none"> Environment and Industry Employment and Communications Finance Social Affairs Legal Affairs 	National Council for Cultural Affairs	
United Kingdom	Centralised but with regional decentralisation trends and important local government role	<ul style="list-style-type: none"> Dept. of Culture Media and Sport (England) Scottish Minister for Tourism Culture, & Sport Scottish Executive Education Dept National Assembly for Wales DCAL – Northern Ireland 	Local Authorities (strong role)	Foreign Affairs	<ul style="list-style-type: none"> Arts Councils English Heritage Historic Scotland Non Governmental Public Bodies 	

Fonte: Council of Europe/ERI Carts 2006, national reports of the institutions responsible for culture at the central level (ministries, department, etc.), European Commission (2006a), Culturelink, Policy for Culture.

Com base no quadro 8 identificam-se três tipos de tendência de financiamento cultural público na Europa cf. Ploeg (2005):

- O caso de países como Portugal, França, e Itália em que a distribuição dos fundos *públicos* é orientada de cima para baixo e essencialmente centrada na ação do estado. Este tipo de sistema tem desvantagens óbvias, como por exemplo: falta de transparência e criação de lobby, projetos de maior dimensão e prestígio tem maiores probabilidades de sucesso e as artes são fortemente influenciadas pelo estado.

- O caso do Reino Unido representa o 2º sistema de financiamento público, em que o secretário de estado aloca fundos a Órgãos públicos não departamentais (i.e. independentes do estado central) que por sua vez distribuem os fundos entre os vários projetos e candidatos. Este princípio evita interferência política na tomada de decisões.

- O terceiro sistema de financiamento público da cultura é representado por países tal como a Holanda e a Finlândia em que conselhos independentes das artes aconselham sobre a qualidade artística e estratégias de financiamento a decisão final cabe ao Ministério da Cultura. A vantagem para os governos é que podem realizar investimento sem terem de se imiscuir em questões de qualidade artística, mas um dos riscos frequentemente apontados (Ploeg 2005:31) é haver pouco espaço para novos talentos e criadores e caírem na tendência da “alta cultura para uma pequena elite”.

De acordo com os dados do ministério da cultural (atualmente secretaria de estado da cultura) entre 2000 e 2006, o total da despesa publica no setor cultural subiu de 0.34 para 0.45% do PIB, e o financiamento do estado diminuiu de 0.57 para 0.35% do total do orçamento. Demonstrando algumas tendências descentralizadoras a par com aumento de financiamento privado.

Ainda relativo ao mesmo período, a percentagem de despesa dos órgãos públicos locais aumentou 35% e corresponde a 60% do total da despesa publica no setor cultural, sendo que proporcionalmente a despesa do governo central aumentou 10%.

2.3. Importância económica do setor das Indústrias Criativas em Portugal

Com base nos anuários do INE (instituto Nacional Estatística) sempre para o período acima apontado de 2006, os indicadores económicos do setor cultural e criativo em Portugal foram em termos de:

VALOR ACRESCENTADO

Quadro 8. Valor Acrescentado do Setor Criativo em Portugal

SECTOR CULTURAL E CRIATIVO	Dominio	Sector	Valor Acrescentado Bruto (VAB)						Crescimento Acumulado	Taxa média crescimento anual
			2000		2005		2006			
			Euros	%	Euros	%	Euros	%		
	Actividades Culturais Nucleares	Artes Performativas	69.179.646	2,2%	138.185.967	3,8%	143.757.183	3,9%	107,8%	13,0%
		Artes visuais e criação literária	60.260.845	1,9%	99.800.670	2,8%	101.365.606	2,7%	68,2%	9,1%
		Património Histórico e Cultural	19.741.261	0,6%	31.700.414	0,9%	32.372.417	0,9%	64,0%	8,6%
	Actividades Culturais Nucleares (Total)		149.181.752	4,8%	269.687.052	7,5%	277.495.207	7,5%	86,0%	10,9%
	Indústrias Culturais	Cinema e vídeo	114.197.227	3,7%	160.930.515	4,5%	164.747.885	4,5%	44,3%	6,3%
		Edição	1.134.385.700	36,5%	1.213.460.978	33,7%	1.263.546.144	34,2%	11,4%	1,8%
		Música	8.238.870	0,3%	7.003.560	0,2%	7.299.921	0,2%	-11,4%	-2,0%
Rádio e Televisão		462.144.539	14,9%	476.910.165	13,3%	488.177.453	13,2%	5,6%	0,9%	
Bens de equipamento*		317.343.331	10,2%	380.972.709	10,6%	375.658.624	10,2%	18,4%	2,9%	
Distribuição/Comércio*		326.628.603	10,5%	382.951.788	10,7%	387.855.586	10,5%	18,7%	2,9%	
Indústrias Culturais (Total)		173.380.774	5,6%	209.272.463	5,8%	220.873.371	6,0%	27,4%	4,1%	
Actividades Criativas	Indústrias Culturais (Total)		2.536.319.044	81,5%	2.831.502.179	78,7%	2.908.158.984	78,8%	14,7%	2,3%
	Arquitectura	14.290.931	0,5%	25.002.608	0,7%	25.440.449	0,7%	78,0%	10,1%	
	Design	4.803.925	0,2%	7.344.508	0,2%	7.473.124	0,2%	55,6%	7,6%	
	Publicidade	14.040.639	0,5%	17.790.594	0,5%	18.102.140	0,5%	28,9%	4,3%	
	Serviços de software	19.108.049	0,6%	22.529.601	0,6%	24.652.049	0,7%	29,0%	4,3%	
	Componentes Criativas em outras actividades	373.439.653	12,0%	421.787.226	11,7%	429.356.640	11,6%	15,0%	2,4%	
Actividades Criativas (Total)		425.683.197	13,7%	494.454.538	13,8%	505.024.404	13,7%	18,6%	2,9%	
SECTOR CULTURAL E CRIATIVO (Total)		3.111.183.994	100%	3.595.643.769	100%	3.690.678.594	100%	18,6%	2,9%	
% no VAB Nacional		2,9%		2,8%		2,8%				

Fonte: “O setor Cultural e Criativo em Portugal” (Ministério da Cultura, 2006)

O **setor cultural e criativo** originou, no ano de 2006, um valor acrescentado bruto (VAB) de **3.691 milhões de euros**, empregando cerca de **127 mil pessoas**, isto é, foi responsável por **2,6%** do **emprego** e por **2,8%** da **riqueza criada** em Portugal, o que não pode deixar de se considerar significativo e relevante, justificando plenamente a necessidade da construção de um novo olhar mais objetivo e atualizado sobre o papel da cultura e da criatividade na economia portuguesa. (INE 2006)

EMPREGO

Quadro 9. Criação de Emprego do Setor Criativo em Portugal

SECTOR CULTURAL E CRIATIVO	Dominio	Sector	Volume de Emprego						Crescimento Acumulado 2000/2006	Taxa média crescimento anual 2000/2006
			2000		2005		2006			
		%		%		%		%		
	Actividades Culturais Nucleares	Artes Performativas	3.849	3,2%	5.985	4,8%	6.002	4,7%	55,9%	7,7%
		Artes visuais e criação literária	4.188	3,4%	6.026	4,8%	6.160	4,8%	47,1%	6,6%
		Património Histórico e Cultural	993	0,8%	1.192	1,0%	1.227	1,0%	23,6%	3,6%
	Actividades Culturais Nucleares (Total)		9.030	7,4%	13.203	10,6%	13.389	10,5%	48,3%	6,8%
	Indústrias Culturais	Cinema e vídeo	5.662	4,7%	5.820	4,7%	6.020	4,7%	6,3%	1,0%
		Edição	43.172	35,5%	39.410	31,5%	39.793	31,3%	-7,8%	-1,3%
		Música	274	0,2%	217	0,2%	219	0,2%	-20,0%	-3,7%
Rádio e Televisão		10.006	8,2%	9.585	7,7%	9.914	7,8%	-0,9%	-0,2%	
Bens de equipamento*		18.308	15,1%	19.790	15,8%	20.071	15,8%	9,6%	1,5%	
Distribuição/Comércio*		16.049	13,2%	16.363	13,1%	16.717	13,2%	4,2%	0,7%	
Turismo Cultural*		6.824	5,6%	7.708	6,2%	7.934	6,2%	16,3%	2,5%	
Indústrias Culturais (Total)		100.295	82,5%	98.893	79,1%	100.667	79,2%	0,4%	0,1%	
Actividades Criativas	Arquitectura	542	0,4%	728	0,6%	742	0,6%	36,7%	5,4%	
	Design	167	0,1%	238	0,2%	242	0,2%	44,8%	6,4%	
	Publicidade	331	0,3%	380	0,3%	387	0,3%	17,1%	2,7%	
	Serviços de software	1.981	1,6%	2.006	1,6%	2.169	1,7%	9,5%	1,5%	
	Componentes Criativas em outras actividades	9.253	7,6%	9.528	7,6%	9.482	7,5%	2,5%	0,4%	
	Indústrias Criativas (Total)		12.275	10,1%	12.881	10,3%	13.023	10,2%	6,1%	1,0%
SECTOR CULTURAL E CRIATIVO (Total)		121.600	100%	124.977	100%	127.079	100%	4,5%	0,7%	
% no Emprego Nacional		2,5%		2,5%		2,6%				

Fonte: “O setor Cultural e Criativo em Portugal” (Ministério da Cultura, 2006)

Em termos de emprego, O **setor cultural e criativo** criou, no período 2000-2006, cerca de 6500 empregos, registando um crescimento cumulativo de 4,5%, que traduz uma evolução particularmente positiva num contexto marcado por um crescimento cumulativo do emprego de apenas 0,4%, à escala nacional.

DISTRIBUIÇÃO REGIONAL DE ATIVIDADES

Quadro 10. Distribuição Regional de Atividades do Setor Criativo em Portugal

Região (NUT3)	Actividades Nucleares (%)	Indústrias Culturais (%)	Total SCC		Total Economia	
			Nº	%	Nº	%
Minho-Lima	1,90%	1,60%	203	1,70%	8.205	2,30%
Ave	4,10%	3,30%	418	3,50%	17.678	4,90%
Cávado	3,10%	2,70%	329	2,80%	14.747	4,10%
Tâmega	3,30%	2,30%	296	2,50%	16.685	4,60%
Grande Porto	11,30%	13,00%	1.509	12,60%	42.809	11,80%
Douro	1,40%	1,20%	149	1,20%	5.745	1,60%
Alto Trás-os-Montes	1,30%	1,30%	160	1,30%	5.658	1,60%
Baixo Vouga	2,90%	3,10%	361	3,00%	11.918	3,30%
Entre Douro e Vouga	1,80%	2,10%	241	2,00%	9.959	2,70%
Dão-Lafões	2,50%	2,40%	286	2,40%	8.849	2,40%
Beira Interior Norte	1,90%	0,70%	113	0,90%	3.511	1,00%
Serra da Estrela	0,80%	0,30%	46	0,40%	1.392	0,40%
Cova da Beira	0,80%	0,70%	84	0,70%	2.731	0,80%
Beira Interior Sul	0,50%	0,70%	77	0,60%	2.544	0,70%
Pinhal Interior Norte	1,10%	0,90%	113	0,90%	4.307	1,20%
Pinhal Interior Sul	0,30%	0,30%	33	0,30%	1.426	0,40%
Baixo Mondego	3,10%	3,30%	393	3,30%	10.742	3,00%
Pinhal Litoral	2,80%	2,60%	314	2,60%	12.403	3,40%
Médio Tejo	2,70%	2,30%	284	2,40%	8.061	2,20%
Oeste	3,10%	2,90%	356	3,00%	13.944	3,80%
Grande Lisboa	26,80%	30,80%	3.585	30,00%	75.372	20,80%
Península de Setúbal	5,60%	6,10%	716	6,00%	20.885	5,80%
Lezíria do Tejo	1,80%	2,00%	233	1,90%	8.532	2,40%
Alentejo Central	1,80%	1,50%	185	1,60%	7.208	2,00%
Alentejo Litoral	0,80%	0,70%	83	0,70%	3.172	0,90%
Alto Alentejo	0,90%	0,90%	107	0,90%	4.272	1,20%
Baixo Alentejo	0,90%	0,80%	95	0,80%	4.110	1,10%
Algarve	5,40%	5,50%	652	5,50%	20.933	5,80%
R.A.Madeira	3,30%	2,10%	282	2,40%	7.893	2,20%
R.A.Açores	2,10%	2,20%	258	2,20%	7.207	2,00%
TOTAL	100,00%	100,00%	11.964	100,00%	362.898	100,00%

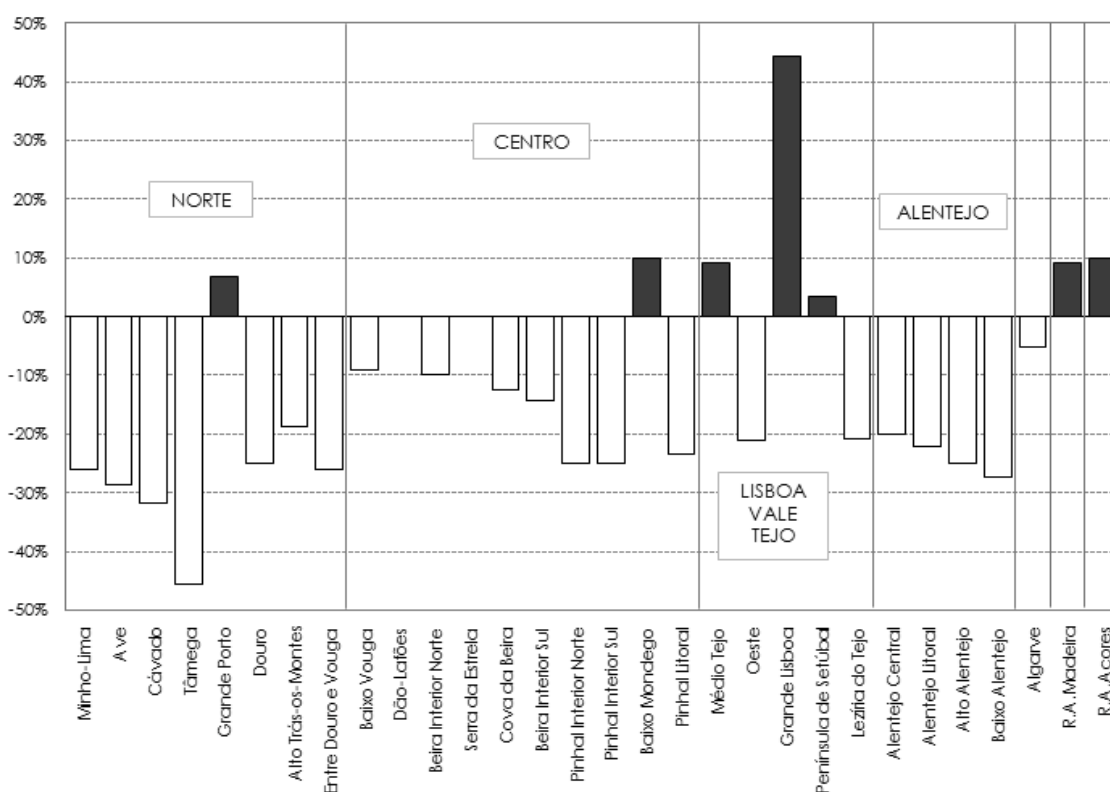
Fonte: “O setor Cultural e Criativo em Portugal” (Ministério da Cultura, 2006)

Os elementos relativos à distribuição regional dos estabelecimentos do Setor Cultural e Criativo evidenciam uma significativa concentração empresarial nas regiões de Lisboa e Porto, uma vez que Grande Lisboa, Grande Porto e Península de Setúbal concentram praticamente 50% dos estabelecimentos, enquanto no pólo oposto, 9 das 30 regiões, Beira Interior Norte e Sul, Serra da Estrela, Cova da Beira, Pinhal Interior Norte e Sul, Alentejo Litoral e Alto e Baixo Alentejo, representam menos de 1% dos estabelecimentos, alcançando, no seu conjunto, apenas 6,2% do total do setor.

Os elementos relativos à distribuição regional dos estabelecimentos revelam, por outro lado, uma razoável assimetria na composição dos contributos das Atividades Culturais Nucleares e das Indústrias Culturais para a formação, região a região, da dimensão do setor. Com efeito, a Grande Lisboa, em especial, e o Grande Porto, a Península de Setúbal, o Baixo Mondego e o Baixo Vouga, apresentam um preponderância do seu peso relativo nas indústrias culturais face ao seu peso relativo nas Atividades Culturais Nucleares, ao contrário de todas as outras regiões.

ESPECIALIZAÇÃO REGIÕES

Quadro 11. Especialização das regiões portuguesas no setor criativo



Fonte: “O setor Cultural e Criativo em Portugal” (Ministério da Cultura, 2006)

A análise da especialização regional nas atividades culturais e criativas permite evidenciar, com bastante clareza, as relevantes assimetrias existentes, seja ao nível mais fino das cidades e das regiões metropolitanas, seja ao nível mais agregado das regiões de programação estrutural (NUTS II), onde o contraste entre a envolvente do Grande Porto e da Grande Lisboa é muito expressivo.

A análise da especialização regional nas atividades culturais e criativas permite ainda evidenciar, também com bastante clareza, o débil posicionamento das principais regiões industriais (Ave, Cávado, Tâmega, Entre Douro e Vouga, Baixo Vouga e Pinhal Litoral, nomeadamente), onde a baixa representatividade no tecido empresarial cultural e criativo, face ao seu peso no total da economia, indicia dificuldades específicas importantes nos processos de regeneração urbana e reestruturação industrial, onde, precisamente, a cultura, a criatividade e o conhecimento surgem com factores determinantes no sucesso e sustentabilidade desses processos.

As políticas públicas, na Europa e em Portugal, reconhecem a necessidade de maior desconcentração e descentralização regional dos fluxos de produção e consumo dos bens e serviços culturais e criativos, com efeitos que, pelo menos ao nível da oferta de equipamentos culturais, já se façam sentir no território nacional.

O desafio central para as políticas públicas de dinamização do Setor Cultural e Criativo parece situar-se, em função da caracterização efetuada, muito mais no terreno das sinergias entre oferta e procura e entre as atividades criativas e as restantes atividades económicas, isto é, no terreno do contributo da cultura e da criatividade para a renovação e relançamento dos modelos competitivos das empresas e das regiões portuguesas, do que no terreno do equilíbrio da cobertura territorial do país em matéria de equipamentos e infra-estruturas de índole cultural.

COMÉRCIO INTERNACIONAL

Quadro 12. Comércio Internacional (Portugal e EU -27)

Exportações (milhões dólares)						
	2005		1996		Tx. Crescimento 05/96	
	PT	EU 27	PT	EU 27	PT	EU 27
Exp. Cult. Trad.	221	7.404	265	5.670	-17%	31%
Audiovisuais	2	247	0	115	1304%	114%
Design	970	89.932	719	62.139	35%	45%
Música	14	10.945	9	3.643	53%	200%
Novos Media	2	3.940	1	1.787	165%	120%
Edição	54	23.463	40	17.727	35%	32%
Artes visuais	109	9.125	173	5.033	-37%	81%
TOTAL Produtos SCC	1.371	145.056	1.206	96.115	14%	51%
Importações (milhões de dólares)						
	2005		1996		Tx. Crescimento 05/96	
	PT	EU 27	PT	EU 27	PT	EU 27
Exp. Cult. Trad.	149	9.859	96	6.772	56%	46%
Audiovisuais	3	122	2	96	73%	27%
Design	1.228	85.617	711	49.299	73%	74%
Música	172	9.872	30	2.727	474%	262%
Novos Media	82	5.617	50	2.424	65%	132%
Edição	312	19.245	263	14.883	18%	29%
Artes visuais	89	7.625	52	4.029	71%	89%
TOTAL Produtos SCC	2.034	137.957	1.204	80.230	69%	72%
Taxa de cobertura das importações pelas exportações (EXP/IMP)	67%	105%	100%	120%		

Fonte: Creative Economy Report 2008, UNCTAD.

O desequilíbrio no modo de inserção do mercado português na lógica de expansão do Setor Cultural e Criativo, traduzido numa dinâmica de desenvolvimento das atividades de educação, criação e produção cultural bem menos expressiva quando comparada com a dinâmica das atividades de fruição, distribuição e consumo cultural, é indiciado pelo facto da representatividade das exportações portuguesas de produtos criativos e culturais no total das exportações da UE 27 (cerca de 1%) ser inferior ao peso no total de importações europeias (1.5%) e pela menor taxa de cobertura das importações pelas exportações.

Acresce ainda que o ritmo de crescimento das exportações portuguesas de produtos criativos e culturais entre 1996 e 2005 ficou significativamente aquém da média europeia (14% face a 51%), traduzindo-se numa expressiva degradação da taxa de cobertura das importações pelas exportações e na diminuição da quota das exportações portuguesas no total da EU 27.

As categorias que registaram um crescimento mais acentuado das exportações são aquelas cujo peso na estrutura de exportações de serviços criativos e culturais é ainda muito pouco expressivo – nomeadamente os produtos audiovisuais e novos media – ao passo que as categorias que mais contribuem para o total das exportações portuguesas registam crescimentos bem menos significativos ou até mesmo negativos, como é o caso do artesanato e outras expressões culturais tradicionais.

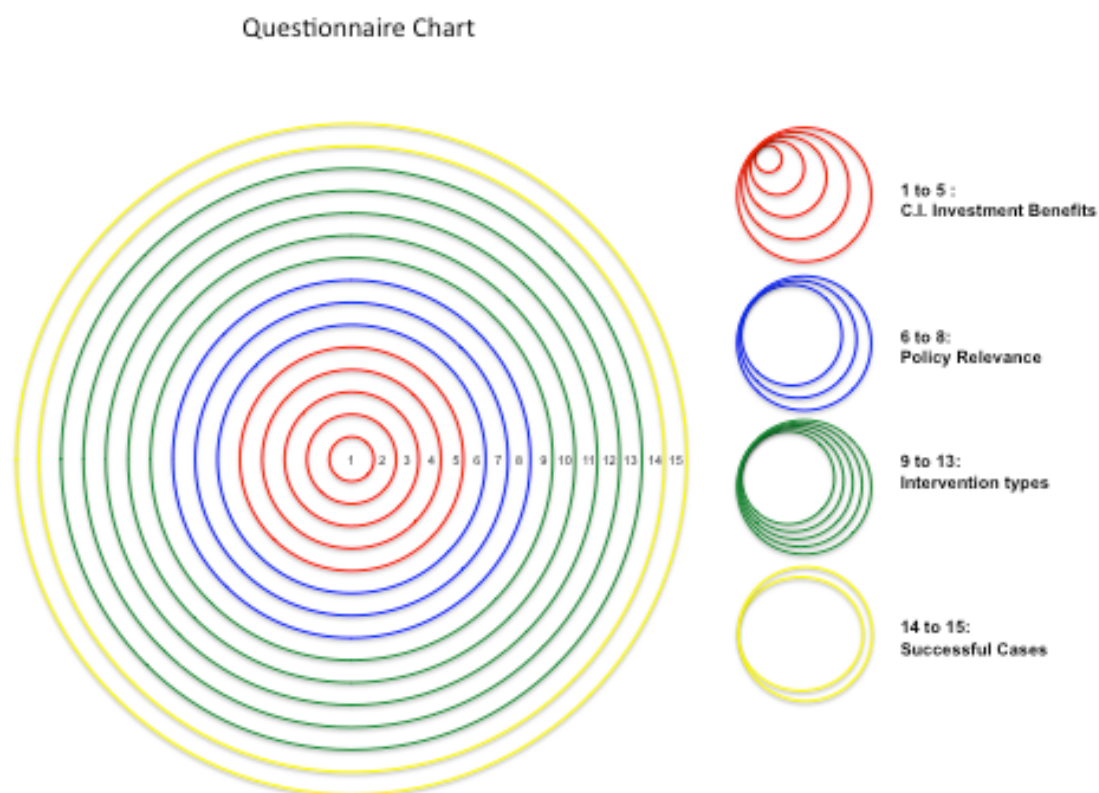
Capítulo 3. Proposta Comparativa de Estratégia Política Local para as Indústrias Criativas.

3.1. Considerações iniciais

No presente capítulo apresentam-se os resultados da proposta de comparação da estratégia local para as I.C. em dois *councils* de Londres: Hackney e Tower Hamlets e Guimarães (concelho)

Para tal foram realizados questionários qualitativos e conduzidas entrevistas. Os questionários tiveram em conta os seguintes elementos de análise da política local para as I.C. :

Quadro 13. Agrupamento de questões Entrevistas / Questionários



Fonte: Work Foundation

As primeiras cinco questões dos questionários visam perceber quais os benefícios de investimento no setor das I.C. em termos de retornos económicos e de desenvolvimento local. Na medida em que estes benefícios podem encorajar o investimento por parte das autoridades locais e que retornos são esperados em caso positivo de investimento.

O segundo grupo de questões que se seguem investiga qual a relevância política do investimento nas I.C. por parte das autoridades entrevistadas, estarão estes sincronizados com as linhas regionais e nacionais e que tipo de parcerias tem lugar entre os vários níveis de administração.

O terceiro agrupamento de questões visa o reconhecimento de tipologias de intervenção por parte das autoridades locais, seja através de programas específicos de suporte ou financiamento e de como estes são implementados recorrendo a exemplos.

Por último, o quarto agrupamento de questões foi pensado como tentativa de isolar alguns casos de sucesso presentes atualmente nas unidades investigadas.

Mapa 1. Localização dos *councils* abordados em Londres: **Hackney e Tower Hamlets**



Fonte: Organização Pessoal.

3.2 Metodologia : Entrevistas / Questionários Qualitativos

A escolha de entrevistas qualitativas como tipologia de investigação respondeu à necessidade de contornar um desnível na informação disponível sobre políticas locais para as I.C.

Como vimos anteriormente (capítulo 2) a grande maioria dos anuários e data base disponíveis quer no Reino Unido quer na Europa e Portugal e relatórios concomitantes, são representativos de tendências e *performance* a nível nacional ou comparativamente entre os vários países europeus. No que concerne ao papel das autoridades locais (*councils*/autarquias) encontra-se um vazio estatístico quer ao nível das indústrias criativas enquanto atividade económica e papel no desenvolvimento urbano, quer das correspondentes políticas de suporte locais.

Neste contexto a definição de entrevista qualitativa que serviu de base à presente investigação: “*an interview, whose purpose is to gather descriptions of the life-world of the interviewee with respect to interpretation of meaning of the described phenomena*” (Kvale, 1983:174)

O objetivo dos questionários que resultaram nas entrevistas realizadas foi o de investigar na perspetiva dos agentes locais a implementação de políticas para as I.C., perceber de que modo estas são implementadas. De modo a conseguir filtrar todos estes aspetos foi necessário adotar algumas técnicas como um baixo nível de estrutura imposta ao entrevistado, uma preponderância para questões abertas, e especial relevo de “situações específicas” e sequências de ação em detrimento de opiniões generalizadas e abstratas. (Cassell and Symon, 2004:11)

Entrevistas qualitativas podem variar em dimensão, estilo e números de participantes. Para os casos apresentados foram contactados vários elementos dos departamentos que poderiam ter qualquer tipo de envolvimento com estratégia para as I.C. como planeamento urbano, desenvolvimento económico, educação, cultura.

As entrevistas não foram realizadas simultaneamente e a análise dos resultados foi levada a cabo à medida que iam sendo realizadas as entrevistas, o que permitiu uma abordagem fenomenológica e menos rígida (Cassell and Symon, 2004:13)

O primeiro passo na construção das entrevistas ou se quisermos questionários qualitativos, foi a definição da questão a ser investigada: Como as autoridades locais a serem comparadas (Tower Hamlets e Hackney com Guimarães) implementam as políticas de apoio às I.C. Com base nos achados dos questionários foi possível traçar algumas recomendações de ação neste campo em Guimarães.

De seguida a criação dos questionários em si mesmos agrupados em quatro grandes áreas acima descritas e subdivididos em elementos que permitissem auscultar situações específicas organizados do seguinte modo:

- ***Benefits of investment in creative industries*** (*Economic, Regeneration, Responding to the recession, Skills, Place Making*)
- ***Policy Relevance*** (*how investment in C.I. help achieve local, regional and national priorities*)
- ***Types of intervention and Implementation*** (*Funding, Skills Programmes, Workspace, Links w/Universities, Promotion, Networks*)
- ***Successful cases*** (*lessons learned*)

O terceiro passo prendeu-se em linhas gerais com o recrutamento dos participantes:

Hackney council : Dr. Anne Malcolm – Regeneration Officer

Tower Hamlets council: Dr. Huw Morgan-Thomas - Development Manager

Município de Guimarães: Dr. Francisca Abreu – Vereadora da Cultura

Por último foram levadas a cabo as entrevistas apresentadas em anexo e analisadas em confronto de seguida (3.3).

3.3. Cruzamento e Análise “Coding” de Dados

Com base nos questionários conduzidos nas três unidades administrativas, foi possível inferir algumas tendências, desafios e estado da estratégia para as I.C. que após análise permitiram formular as recomendações no último capítulo.

Não existe um conjunto de regras estabelecidas que possibilite a análise de dados alcançados através de questionários qualitativos cf. Hycner (1985). Bem pelo contrário isso seria desconforme a flexibilidade e abertura que estão no centro da investigação qualitativa. Contudo é possível identificar métodos de análise operativos e adequados tal como os usados neste projeto.

A abordagem usada aqui:

- A técnica de “template” ou “coding” em que foi criado um sistema de códigos consistindo num numero de categorias/temas relevantes para as questões propostas e nisto não difere muito do método clássico de análise de discurso. Porém a diferença está no facto de que os códigos foram revistos varias vezes e analisados de acordo com a quantidade de exposição textual. E por outro lado o padrão de temas (códigos) que foi surgindo das respostas às questões foram interpretados qualitativamente e não estatisticamente como é comum no método clássico de análise discursiva cf. Crabtree e Miller, 1992.

A técnica de “coding” permitiu após familiarização com toda a investigação preliminar realizada durante o projeto de estágio, reduzir substancialmente a informação a unidades filtradas de informação que representassem por um lado a perspetiva dos entrevistados, por outro lado a interpretar a relevância destas perspetivas para o tema levantado. Esta analise qualitativa de dados vai de encontro às abordagens usadas na instituição de acolhimento. (Reid, 2011)

No quadro 15 reduzem-se portanto todos os parágrafos das respostas obtidas aos questionários qualitativos às unidades mais importantes presentes .

Quadro 14. Análise “Coding” de dados das respostas aos questionários qualitativos

Questão	Unidades Código presentes nas respostas numeradas por paragrafo.		
	Tower Hamlets	Hackney	Município Guimarães
1	Definição de I.C. Apoio às I.C. e Atração comercial I.C. como ligação entre as PME's.	1. I.C. Criação de emprego Ocupação de espaços e Place brand. 2. Cruzamento de políticas, Mostra de oportunidades de emprego nas I.C., Promoção do setor criativo local Rejuvenescimento da indústria da moda. Tech City. Criação de espaços para as I.C. Tech City. S106 e.g. Hackney Cooperative Developements, Space Studios, Rivington Place, Espaços para indústria da moda.	1. Atratividade do território. Competitividade e Internacionalização
2	Pme's I.C. como fornecedores de empresas maiores.	Crescimento de indústrias locais.	Diversidade do tecido produtivo.
3	Start-up business = resposta à recessão.	Setor de Indústria Tech é visto como possível desafio ° recessão. Setor digital é visto pelo Governo nacional como uma aposta de sucesso.	Mudança de paradigma Industrial – manufaturas para Criatividade.
4	Brick Lane = <i>cluster</i> de I.C. Beneficia as atividades locais em geral.	Hackney Central Fashion Hub. Vídeo de Investimento.	Regeneração centro histórico iniciada há mais de 20 anos. Reforço.
5	Nao existe nenhum programa específico.	Programa: Ways into Work.	Reforço de competências dos cidadãos.
6	Substituição de manufaturas com I.C. de acordo com London Mayor economic development strategy.	Tech City é uma prioridade do governo nacional.	Investimento em C.I. = Inovação = gerar valor.
7	Política I.C. independente do governo nacional.	Política I.C. é informada tanto pelo governo nacional como corpos de consultoria independentes.	As I.C. não são uma prioridade para o governo central.
8	Nenhuma Parceria.	Tech City e DISC.	Nenhuma parceria.
9	Não existe financiamento direto às I.C.	Não existe financiamento direto às I.C.	Dificuldade obter financiamento para obras imateriais. Quer valores como

			procedimentos.
10	Não existe um programa específico de competências para I.C..	Programa Ways into Work e DISC.	Não sabe.
11	Não diferenciam necessidades de espaço para I.C. e outros sectores.	Existe um défice de espaço para as I.C. Esta a ser revisto de acordo com o departamento de planeamento urbano.	Regeneração de espaços para infraestruturas CEC2102.
12	Não existem parcerias específicas.	DISC e TECh City ligam as universidades: London College of Fashion e Ravensbourne College à ação do <i>Council</i> de Hackney.	CampUrbis e Ave Park são ex. De parcerias com universidades que podem envolver as I.C.
13	City Fringe.	Promoção por área: Shoreditch Fringe Festival, Hackney Wicked Festival, Hackney House Expo – Jogos Olímpicos. UKTI. Planeamento das políticas tem em conta desenvolvimento de micro empresas nas I.C. <u>Competências:</u> Learning Trust tenta induzir jovens a trabalhar com empregadores locais nas I.C.	Small Cities e A Soul for Europe.
14	<i>Council's</i> Enterprise Strategy	S106 ; Rivington Place e HCD/Vortex são ex. De sucesso investimento em I.C. Tech City e Disc estão ainda em fase inicial.	Centro Cultural Vila Flor. A Plataforma das Artes e Criatividade. Fabrica ASA e CAAA.
15	Esperam no futuro poder partilhar casos de sucesso.	Ver anterior.	Aposta no setor cultural como requalificador de competências e rejuvenescimento urbano.

Fonte: Organização Pessoal.

3.4. Análise de Questionários

1. Quais os benefícios em investir nas indústrias criativas que mais encorajam o município/*council* a tomar decisões nesta matéria?

A esta questão as respostas variaram em conteúdos e exposição da informação. Se por exemplo Tower Hamlets apresenta uma definição de I.C. em que estas incluem atividades culturais orientadas para fins comerciais e uma forte aposta nas I.C. enquanto elemento fixador de atividades comerciais.

Hackney tem apostado nos últimos anos no desenvolvimento de programas específicos que reduzem as barreiras do setor I.C. em termos de empregabilidade e competências específicas, salientando o setor da moda como prioridade.

Em Guimarães a tónica é colocada na atratividade territorial e internacionalização, não sendo muito clara a definição de I.C., reconhecem-se benefícios ao nível da inovação e criatividade em geral.

2. Que motivações económicas levam ao investimento nas indústrias criativas?

Tower Hamlets salienta uma vez mais que a presença de I.C. reforçam o tecido produtivo em geral e fornecem serviços às empresas maiores (situadas essencialmente a leste na zona de Canary Warf – hub financeiro - tanto no setor público como privado. Este efeito de cadeia de fornecimentos gera um efeito multiplicador que se verifica a nível local.

Hackney por sua vez admite que não investe nas I.C. com vista a retornos financeiros, bem sim na tentativa de incentivar as indústrias locais (esta situação verifica-se no caso da renascente indústria de moda local).

Guimarães acredita que é possível rejuvenescer o tecido produtivo através do investimento nas I.C. e frisa a aposta na internacionalização. Sem surpresa a internacionalização não é uma prioridade nos *councils* de Londres pelo estão inseridos num contexto já de si internacional e multiétnico.

3. As indústrias criativas tem sido usadas como resposta à crise económica? De que maneira?

Tower Hamlets indicou que as I.C. podem de facto ser um recurso em tempos de recessão, particularmente no caso de start-ups visto estas poderem ocupar espaços que foram abandonados pelo comércio tradicional, resolvendo a falta de espaço para as I.C. e reforçando o tecido produtivo local.

Hackney apontou o setor digital e tecnológico como aposta por parte do governo central não somente a nível local como nacional, na medida em que este setor no contexto das I.C. no Reino Unido ter crescido mesmo durante o período de recessão. Citando como exemplo desta aposta a iniciativa Tech City.

Guimarães tem clara a necessidade de mudança de paradigma de economia clássica para uma economia centrada na criatividade. Por outro lado os decisores políticos tem apenas a possibilidade de criar condições e estas estão dependentes do contexto local, fragilidades e recursos presentes.

4. Que tipos de regeneração urbana e “place making” podem ser alcançados através do investimento nas indústrias criativas?

O exemplo mais forte de como as I.C. favorecem a regeneração urbana em Tower Hamlets foi Brick Lane enquanto *cluster* de I.C. que recentemente se tornou num claro fenómeno de economia de visitantes.

No caso de Hackney de novo os exemplos foram Hackney Fashion Hub e Inward Investment Video.

Guimaraes apresenta um longo percurso no que respeita a regeneração urbana quer pela implementação do plano de recuperação urbanística de Fernando Tavora como pela aposta continuada na oferta cultural e criação de públicos levada a cabo por diversas instituições e.g. Centro Cultural Vila Flor, Academia de Musica Moreira de Sá, Convivio e mais recentemente no âmbito da Capital Europeia da Cultura CAAA (Centro Assuntos Arte e Arquitetura) e Fábrica ASA.

5. O desenvolvimento de competências específicas é visto como potencial retorno? Existem programas orientados neste sentido? Exemplos?

Tower Hamlets não apresenta nenhum programa específico de desenvolvimento de competências para as Indústrias Criativas, sendo que estes se verificam em contexto alargado.

Hackney apresenta um programa específico de desenvolvimento de competências orientado para as I.C. i.e. Ways into Work que pretende apresentar oportunidades específicas do setor das I.C a potenciais candidatos e simultaneamente fornece formação orientada para o setor.

Pelo testemunho de Guimarães não existia até ao momento nenhum programa específico de desenvolvimento de competências para as I.C. sem surpresas pelo facto de o setor ser novo ao contexto urbano. Contudo todo o programa da CEC 2012 assenta na tentativa de promover o dialogo entre agentes/criadores culturais e públicos/residentes de forma a fornecer competências e fortalecer os recursos humanos locais para além de 2012.

6. De que forma o investimento nas indústrias criativas ajuda a alcançar as prioridades políticas a nível nacional/regional e local?

É evidente a sincronia entre agenda política nacional e local no caso de Tower Hamlets, pelo que este reconhece que o governo central identificou parte do território (Clerkenwell) gerido pelo *council* como prioridade para o desenvolvimento das I.C., sendo que estas já substituíram as indústrias clássicas quase na totalidade.

Hackney por sua vez encontra-se empenhado em prestar todo o apoio possível às ações levadas a cabo pelo governo central no território como o caso do Tech City. Tentando tirar partido deste desenvolvimento para a criação de um fluxo europeu de negócios tecnológicos com vista a diversificar a economia do território apresentando as I.C. como alternativa às indústrias financeiras e de negócios que saturavam o tecido produtivo.

Guimarães enquanto unidade identitária histórica é o recurso que o município quer reforçar ao investir em indústrias criativas e nos recursos humanos locais como forma de resposta a situação de crise atualmente em Portugal.

7. Até que ponto as políticas locais para as indústrias criativas são informadas pelas linhas do governo central?

Tower Hamlets reconhece que as indicações do governo central são sempre tidas em conta no que concerne as I.C. mas que de momento não estão sobre orientação de nenhum estudo nacional para o setor no *council*. Portanto desenvolvem políticas na área local de forma muito independente.

Hackney apresenta uma tripla influência ao nível da formação de políticas para as I.C., vinda do governo nacional em forma de investigação e aconselhamento, por parte de organismos independentes como consultorias especializadas como por exemplo: BOP, Tom Fleming, Work Foundation e CIDA.UK (ver referências eletrónicas) e sugestões frequentes dos responsáveis por negócios locais.

Guimarães deixa transparecer desapontamento, pois apesar do investimento em I.C. e instalação destas nos territórios poderem ser estimuladas pelo governo central não é, segundo o município a política do atual governo de Portugal.

8. Que parcerias existem entre autoridades nacionais e municipais atualmente no contexto das indústrias criativas?

Tower Hamlets não apresenta parcerias para as I.C. com o governo central

Hackney apresenta duas enormes parcerias já referidas anteriormente Tech City e DISC a primeira dedicada ao investimento em negócios no setor tecnológico e a segunda ao renascimento da indústria da moda e manufatura local com investimento do governo central de dois milhões de libras.

Guimarães não apresenta qualquer parceria para as I.C. com o governo central.

9. Por favor enuncie exemplos de intervenção respeitantes aos fundos financeiros disponíveis para as indústrias criativas? Quais as dificuldades encontradas comparativamente com fundos para outros setores?

Tower Hamlets não financia diretamente I.C. nem outros setores. O suporte para garantir a localização das I.C. no território verifica-se ao nível da disponibilização de espaço físico para Pme's que beneficia principalmente I.C. devido à economia criativa local.

Hackney não providencia suporte financeiro direto para as I.C.

Guimarães não dispõe de informação sobre este aspeto. Salientando que no geral é muito mais difícil obter financiamento para obras imateriais deixando perceber que os procedimentos e disponibilidade financeira são ainda muito difíceis para a área das I.C.

10. Existem atualmente programas ativos a nível do desenvolvimento de competências para o setor das indústrias criativas? Media, Design, Moda, Artesanato, Artes visuais etc ?

Tower Hamlets não desenvolve nenhum programa específico.

Hackney desenvolve dois programas que visam diretamente o desenvolvimento de competências específicas para o setor das I.C. i.e. Ways into Work em que a formação é orientada para o setor. E DISC, programa que entre outros aspetos desenvolve competências de trabalhadores no campo da moda e manufaturas.

Guimarães não dispõe de informação relativa a este aspeto.

11. Encontrar espaço de trabalho físico para o setor das I.C. é um problema atualmente para o município? Como tem o município enfrentado esta necessidade?

Tower Hamlets não distingue as necessidades de espaço para as I.C. dos outros setores se bem que estas estão presentes quando distribuídos.

Hackney prevê que as necessidades de espaço para as I.C. superem a oferta e que não sejam suficientes, tendo sido estabelecido que os departamentos responsáveis nomeadamente planeamento e investimento interno estaria tentar encontrar soluções.

Guimarães cita alguns exemplos de regeneração de espaços que acolherão I.C. se bem que todos saídos do programa da Capital Europeia da Cultura serão espaços importantes no pós CEC 2012 para as I.C. i.e. Plataforma das Artes, Campurbis, Instituto do Design Centro de Estudos de Formação Avançada e o Centro de Ciência Viva.

12. Que iniciativas existem de momento entre a universidade e o município em torno das Indústrias criativas?

Tower Hamlets apresenta de momento parcerias estabelecidas com Universidades para o desenvolvimento das I.C.

Hackney desenvolve parcerias em torno das I.C. com duas universidades London College of Fashion na iniciativa DISC para a promoção o rejuvenescimento da manufatura e moda. E ainda com Ravensbourne College em torno do projeto Tech City para a atração de investimento no setor tecnológico que necessita de serviços na área das I.C.

Guimarães esta de momento envolvido enquanto autoridade local em duas parcerias com universidades na área das I.C.: Campurbis e Ave Park que são parques de regeneração urbana e investigação tecnológica.

13. Em que tipos de promoção e networking se encontra o município a trabalhar em torno das indústrias criativas?

Tower Hamlets atualmente empenha-se em promover e realizar networking em torno da City Fringe sendo que esta área entrecruza parte do *council* com o distrito financeiro da City de Londres. E por outro lado apresenta intenções de apostar também na divulgação de I.C. na área da moda. Por fim existem relações fortes entre o *council* e organismos que atuam na área cultural.

Hackney apresenta um extenso programa no que respeita promoção e networking de I.C. alocando 5 gestores locais para supervisão de festivais em torno das I.C. e.g. Shoreditch Fringe Festival e Hackney Wicked Festival e promoção das I.C. locais durante o período dos Jogos Olímpicos que acontecem no ponto onde se cruzam os *councils* de Tower Hamlets com Hackney. Por outro lado Hackney com o suporte do governo nacional presta assistência a diversos eventos i.e. UKTI¹¹.

Hackney como dito acima tem estado a rever as disponibilidades de espaço físico para as I.C. garantindo condições para a localização de micro firmas e start-ups em áreas como Dalston e Shoreditch.

Apresenta ainda um programa sob a organização do The Learning Trust que coloca jovens entre os 14-19 anos em contacto com potenciais interessados nas I.C. em realizar estágios locais com as escolas.

Salientam por fim que o investimento nas I.C. locais melhora todo o tecido produtivo.

Guimarães aponta dois projetos de promoção das I.C. como Small Cities e A Soul for Europe. O caso de Small Cities é essencialmente um network de 20 cidades de dimensão pequena e média europeias que trazem para as agendas políticas a necessidade de colocar a cultura e criatividade no centro das transformações sociais e económicas. Este projeto foi realizado pela TFCC (Tom Fleming Creative Consultancy) para a CEC 2012 e tive oportunidade de operar na investigação preliminar que deu origem a este projeto enquanto bolseiro do Ministério da Cultura na Agencia TFCC.

¹¹ United Kingdom Trade and Investment

14. Que casos poderia considerar de sucesso no demonstrar os efeitos benéficos do investimento em indústrias criativas, por parte do município?

Tower Hamlets declara que se encontram a aguardar aprovação de uma Estratégia Empresarial que envolverá as I.C. e acreditam que este será um caso de sucesso.

Hackney considera o programa 106 Investments um caso de sucesso por ter ajudado a encontrar estúdios de trabalho para as I.C.. O caso de Rivington Place pela regeneração e atração turística assim como HCD/VORTEX¹². Uma vez mais os já citados projetos Tech City e DISC por serem caracterizados pela inovação, qualidade e contributo para “o sentido de lugar” e “marca de lugar” de Hackney.

Guimarães aponta a necessidade de se realizarem estudos de impacto e que somente a médio prazo se podem medir o investimento no setor cultural. Exemplos de sucesso: Centro Cultural Vila Flor e a Plataforma das Artes e Criatividade. E aponta como o investimento público no setor cultural teve já eco no investimento privado como o caso da fabrica ASA e CAAA (Centro Assuntos Arte Arquitetura) em que atividades de investidores privados tem lugar.

15. Que lições foram aprendidas com estes casos de sucesso?

Tower Hamlets espera poder partilhar estes casos e lições no futuro próximo.

Hackney: ver resposta anterior.

Guimarães tem muito presente que o investimento no setor criativo é uma mais valia para a requalificação dos recursos humanos locais demonstrando preocupações de inclusão da comunidade e integração assim como de atratividade do território. Por outro lado reforça a ambição que a internacionalização do território vimaranense pode trazer para as I.C.

¹² <http://www.gillettsquare.org.uk/>

Capítulo 4. Aplicação dos resultados da Proposta Comparativa de Estratégia Política Local em Guimarães: Recomendações – *Toolkit* de Ação

4.1 Benefícios do Investimento nas Indústrias Criativas

A avaliação da estratégia de Guimarães para as I.C. revelou que esta é encarada em linhas gerais como um elemento positivo que pode fortalecer o tecido produtivo, apostando na internacionalização e talentos locais. No quadro em baixo apontam-se alguns recursos que podem ajudar a definir a estratégia local para o investimento nas I.C.

Quadro 15. Guia de Ação: Investimento nas Indústrias Criativas

1. Visão Global: Porque é que as Indústrias Criativas (I.C.) são importantes: Estabelecer o contexto estratégico para o investimento nas I.C. incluindo económico e político.	
2. O que são as I.C. e onde estão localizadas no município? Necessidade de realizar Mapeamentos qualitativos e quantitativos que permitam estabelecer com rigor o numero e localização das I.C.	3. Que oportunidades para as I.C. ? Evidenciar como as I.C. podem ter impactos ao nível regional e local. Importa ter presente o contexto regional e as suas relações já estabelecidas.
4. Decidir em investir: Que retornos se esperam das I.C. ao nível local?	5. Opções de Investimento: Evidenciar tipologias de intervenção os seus impactos e problemáticas associadas.
6. Parceiros: Que potenciais parceiros? Universidades regionais envolvimento de regiões fronteiriças: Galiza. Centros de investigação com Know-How: INSERRALVES incubadora de I.C.	7. Casos de estudo. Necessidade de identificar casos de sucesso potenciais barreiras e soluções apresentadas.

Fonte : Organização Pessoal

4.2 Relevância Política

Um dos achados deste estudo revelou que o investimento local em I.C. não é orientado em Guimarães por diretivas nacionais, por um lado porque estas não estão definidas ao nível do governo central. Por outro lado a falta de sincronia entre os vários centros regionais reduz sensivelmente o impacto que poderia ter a estratégia para as I.C..

O estudo levado a cabo por Serralves em 2009 sobre o desenvolvimento de um *cluster* de I.C. para a região Norte revelou isso mesmo, que se por um lado a região possui um número considerável de centros de produção cultural. Guimarães é um dos mais importantes, estes contudo não sincronizam recursos e apostas claras num setor que é visto como potencial catalisador de desenvolvimento económico, social e territorial.

O caso de Tower Hamlets demonstrou que não obstante este *council* ter uma estratégia independente para as I.C. (de orientação mais económica em relação ao governo), é reconhecido o posicionamento do Mayor de Londres que apontou áreas do *council* como estratégicas e interessadas mais do que nunca na mudança do paradigma da desindustrialização clássica.

O caso de Hackney é representativo de uma ação profundamente informada pelas direções do governo central, onde se verificam um sem número de iniciativas e parcerias e.g. Tech City, DISC que em torno das I.C. respondem às prioridades nacionais através de operações que favorecem o território local. E vão mais além, ao precisar que todas as ações do *council* em torno das I.C. são informadas por investigação e consultoria independente e de organismos governamentais.

É evidente que a ação política em torno das I.C. no caso de Guimarães deve muito pouco ao estímulo e incentivo do governo central sendo que não se verificam parcerias estratégicas, o que dificulta a espessura institucional (Mommaas 2003) indispensável ao desenvolvimento de *clusters* de I.C. em contexto pós-industrial.

Apesar da tendência para a descentralização nas políticas em Portugal em torno do setor criativo este é claramente um dos aspetos a ter em conta no desenvolvimento de uma estratégia local.

4.3 Tipologias de Intervenção e Implementação

O financiamento para as I.C. parece não assentar em todos os casos analisados em apoios financeiros diretos. No caso de Hackney e Guimarães verificou-se esta situação em Tower Hamlets o apoio é tangencial e acontece em torno de medidas que facilitam a fixação das I.C. e apoio na busca de espaço compatível. Aponta-se a necessidade de apresentar espaços dedicados a apoiar o acesso a financiamento quer local quer nacional.

Relativamente ao desenvolvimento de competências específicas Guimarães não apresenta qualquer programa ativo. O exemplo de Hackney é inspirador porque se trata de uma área em degradação no final dos anos noventa, sentida especialmente pela marginalização de comunidades mais desprotegidas. De facto o trabalho desenvolvido ao nível das competências passou por uma forte componente de inclusão e integração facilitando em última análise um sentido de lugar favorável ao multiculturalismo que parece ser uma deficiência em espaços como Guimarães apesar de a internacionalização ser um objetivo claro nas políticas locais.

Apontamos a necessidade de criação de programas específicos que passem pela auscultação das atividades locais e perceber necessidades de recursos humanos especializados. Indo deste modo de encontro a formação orientada para as I.C. de forma sustentável.

Em Guimarães a Capital Europeia da Cultura 2012 trouxe algumas tentativas de reavaliar as necessidades de espaço físico para as I.C.: Plataforma das Artes e CAAA contudo isto não responde, de modo algum, às necessidades dos criativos locais e atração de novos talentos para a região, sendo imprescindível colmatar esta falha na oferta de espaço adequado e economicamente acessível por exemplo através de reaproveitamento de instalações em desuso a baixo custo como tem acontecido no centro histórico de Braga. (Programa low Cost 6 meses)

Em termos de ligações com universidades os programas estabelecidos orientam-se muito pouco para as I.C. se bem que no plano tecnológico existam possibilidades de promover *start-ups* de forte conteúdo digital

A promoção em Guimarães das I.C. é pontual e reduzida à CEC 2012, sendo necessário estabelecer um plano que não só promova como facilite parcerias e suprimento de necessidades de espaço, competências e crescimento sustentável.

4.4 Casos de Sucesso

Guimarães apresentou como casos de sucesso dois exemplos um de aposta continuada e precisa na formação de públicos o CCVF (Centro Cultural Vila Flor) e um recente a Plataforma das Artes e Criatividade que enquanto equipamento orientado para a criatividade demonstrou em menos de dois meses atrair o interesse dos locais e visitantes.

O município de Guimarães colocou de há mais de vinte anos a esta parte a cultura no centro das decisões políticas. A viragem de paradigma na abordagem ao setor e o surgimento de novas necessidades assim como o clima de recessão económica num contexto delicado em que se encontra a região de Guimarães urge que o impacto das I.C. passe pela regeneração urbana e territorial assim como pela inclusão social das comunidades.

Este foi o caso de Hackney ao tirar partido do elemento mais valioso do tecido produtivo local: a comunidade de residentes e visitantes. A noção de lugar foi reforçada com iniciativas que tiveram em conta as características intrínsecas da comunidade, no caso multicultural e multiétnica e soube tirar partido em quase todas as vertentes das I.C. da música à gastronomia.

A via de Tower Hamlets, por se tratar de um *council* que engloba parte da *city* financeira de Londres, passou por uma abordagem mais económica e de iniciativas comerciais e de entretenimento, com uma forte aposta no comércio local muito jovem de forma a atrair novos públicos.

4.5 Conclusões

Reforça-se uma vez mais a necessidade de se realizarem mapeamentos e investigação orientada para o desenvolvimento de estratégias para as I.C. Sem se saber o que já existe, e em que quantidade e condições, dificilmente se poderá assumir uma abordagem holística ao setor das indústrias criativas e possível efeito *cluster*.

As estratégias locais devem jogar a favor das forças já existentes. E o papel das autoridades locais é selecionar as intervenções mais apropriadas com base no contexto e procura local. Com isto pretende-se dizer que estratégias que apenas imitam não serão capazes de dar respostas às características específicas dos lugares e das comunidades.

Ao decidir como investir em indústrias criativas os municípios precisam assegurar que resultados esperam, se estes são factíveis e depois qual a melhor combinação de intervenções considerando as suas necessidades e as dos parceiros.

As intervenções devem fazer parte de uma abordagem holística às Indústrias criativas, isto é, investimento nas I.C. não deve ser considerado isoladamente, mas como aspetos de uma abordagem holística com o objetivo de desenvolver as I.C. Os casos de maior sucesso em que as autoridades locais investiram como por exemplo infraestrutura foram bem conseguidos quando associados a redes de eventos.

Trabalhar em parceria é vital. Autoridades locais precisam considerar como podem adicionar valor, e rever como podem trabalhar em conjunto com outras organizações na área.

Selecionar medidas de sucesso, com base em evidencias e focadas em resultados realísticos. Criação de emprego e PIB podem não ser os resultados esperados mais apropriados para autoridades locais, mais realístico seria pensar as I.C. como aumento de visitantes, *place-making*, e atração de investidores.

A intervenção não necessita ser custosa forçosamente, um simples *website* e facilitar *networking* aos criadores e atividades criativas dentro do território pode ser um primeiro passo.

Texto convertido pelo conversor da Porto Editora.

Bibliografia Impressa

- Amin, A. Thrift, N., 1995, *Globalization, institutional thickness, and the local economy*, Wiley, Chichester
- Basset, K., Griffiths, R., Smith, I. 2001, *Cultural industries, cultural clusters and the city*, Bristol, Elsevier Science.
- Bell, D. and Jayne, M., 2006, *Small Cities, Urban experience beyond the metropolis*, Oxon: Routledge.
- Bell, J., 1997, *Como realizar um Projecto de Investigação*, Lisboa, Gradiva.
- Birch, S., 2008, *The Political Promotion of the Experience Economy and Creative Industries – case from UK, New Zealand, Singapore, Norway, Sweden, and Denmark*, Creative Industries Research.
- Butler R.W., 1980, *The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for R management of resources*, Canadian Geographer, 24 (1): 5-12.
- Boix, R. Domenech & Luciana Lazzeretti & José Luis Herv  s Oliver & Blanca De Miguel Molina & Borja Trujillo Ruiz, 2011. "Creative clusters in Europe: a microdata approach," ERSA conference papers ersa11p471, European Regional Science Association.
- Cazzetta, S., 2009, *Cultural Clusters and the City*, Unica Euromaster, Universitat Wien.
- Cassel, C. and Gilliam Symon 2004, *Essential Guide to Qualitative Methods in Organizational Research*, Sage Publications, London
- Chiara Dalle Nogare and Matteo M Galizzi, 2008, *The Political Economy of Cultural Spending: Evidence from Italian Cities*, Working Papers 0818, University of Brescia, Department of Economics.

- Crabtree, B.F. and Miller, W.L. (1992) *A template approach to text analysis: developing and using codebooks*, in B.F. Crabtree and W.L. Miller (eds), *Doing Qualitative Research*, Newbury Park, CA: Sage.
- Creight-Tyte A., 2005, *Measuring Creativity: A case study in the UK's Designer Fashion Sector*. *Cultural Trends* **14**(2), 157 - 183.
- Crouch, C., Farrell, and H., 2001 *Great Britain: falling through the holes in the network concept*. In Crouch, C., Le Galés, P., Trogilia, C. e Voelzkow, H. (2001), *Local Production Systems in Europe Rise or Demise* Oxford: Oxford University Press: 161-211.
- Do, Nanju, 2006, *How to Create cultural clusters in historical regions*. Master thesis, Blekinge Institute of Technology.
- Dziembowska-Kowalska J. and Funck R.H 2000, *Cultural activities as a location factor in European competition between regions: concepts and some evidence*, *Annals of Regional Science*, 34: 1-12.
- Feser, E. J., 1998, *Old and New Theories of industry clusters*, in M. Steiner (ed.) *Clusters and Regional Specialization: On Geography, Technology and Networks*. London: Pion: 18-40.
- Feser, E., Sweeney, S.; Renski, H. 2005, *A descriptive analysis of discrete U.S. Industrial complexes*, *Journal of Regional Science*, 45 (2), pp. 395-419.
- Feser, E. J. e Bergman, E. M., 2000, *National industry cluster templates: a framework for applied regional cluster analysis*, *Regional Studies*, 34 (1), pp. 1-19.
- Fleming, T. 2004, *Space for Artists Recommendations for Developing a 'Creative Thurrock*, Thurrock Borough Council.

- Florida, R., 2002, *The Rise of the Creative Class*, Basic Books, New York
- Florida R., 2005, *Cities and the creative Class*, Routledge, New York.
- Freeman, A., 2009, *London's creative workforce*, Greater London Authority.
- Frank B. & Kurt Geppert, 2002, *Corporate Donations to the Arts: Philanthropy or Advertising?*, Discussion Papers of DIW Berlin 307, DIW Berlin, German Institute for Economic Research.
- Garnham, N. 2005, *From cultural to creative industries: an analysis of the implications of the creative industries approach to arts and media policy making in the United Kingdom*, International Journal of Cultural Policy, 11(1): 15–30.
- Grefe, X., 2002, *Art and Artists from an Economic Perspective*, UNESCO Publishing, Paris
- Hesmondhalgh, D., 2002, *The Cultural Industries*. 1st and 2nd edns. London and Thousand Oaks, CA: Sage.
- Hycner, R.H, 1985, *Some guidelines for the phenomenological analysis of interview data*, Human Studies,8: 279-303.
- Holzl W., 2005, *Entrepreneurship, entry and exit in Creative industries: an explanatory survey*, Working paper series: Creative industries in Vienna: development, dynamics and potentials, Vienna Science and Technology Fund (WWTF), Working Paper, no.1, Vienna.
- Landry, Charles, 2002, *The Creative City: A toolkit for Urban Innovators*, New York,
- Lash, S., Urry, J., 1994, *Economies of signs and space*, London, Sage.

- Luciana Lazzeretti & Rafael Boix & Francesco Capone, 2009, *Why do creative industries cluster? An analysis of the determinants of clustering of creative industries*, IERMB Working Paper in economics 0902, Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona.
- Maskell, P., and L. Kebir , 2005, *What Qualifies as a Cluster Theory?* Copenhagen:
- Mommaas, H., 2003, *Cultural Clusters and the Post-Industrial City*, Department of Leisure Studies, Tilburg University.
- Mommaas, H., 2003, *Cultural Clusters and the Post-Industrial City*, Department of Leisure Studies, Tilburg University.
- Mommaas, H., and Poel, H. Van Der, 1989, *Changes in Economy, politics and lifestyles*, London, Rutledge.
- Mommaas, H., Heuvel, M. Van Den and Knulst, W., 2000, *De vrijetijdsindustrie in stad en land*, De Haag: SdU Uitgeverij.
- Nordin, S. 2003, *Tourism clustering and innovation- path to economic growth and development*, no.2003:14, ETOUR, Ostersund, Sweden.
- Pierre-Michel Menger, 2010. *Cultural Policies in Europe. From a State to a City-Centered Perspective on Cultural Generativity*, GRIPS Discussion Papers 10-28, National Graduate Institute for Policy Studies
- Pine, B.J. and Gilmore, J. H., 1999, *The Experience Economy*, Boston, MA: Harvard Business Scholl Press.
- Piergiovanni, R. & Martin Carree & Enrico Santarelli, 2009. "Creative Industries, New Business Formation and Regional Economic Growth," Jena Economic Research Papers 2009-020, Friedrich-Schiller-University Jena, Max-Planck
- Porter, M. E. 1998, *Clusters and the new economics of competition*, Harvard Business Review, 76(6), pp. 77–90.

- Porter, M. E., 2002, *Regional foundations of competitiveness and implications for government policy*. Paper presented to Department of Trade and Industry Workshop, April.
- Porter, M. E., 1990, *The Competitive Advantage of Nations*, London: Macmillan.
- Porter, M. E., et al. Monitor Group, on the FRONTIER and Council on Competitiveness, 2001, *Clusters of Innovation: Regional Foundations of U.S.*
- Porter, M., Sölvell, Ö. E Zander, I., 1993, *Advantage Sweden*, 2nd Edition, Stockholm, Sweden: Norstedts Juridik.
- Porter, M. E., 2002, *Regional foundations of competitiveness and implications for government policy*. Paper presented to Department of Trade and Industry
- Pratt A.C., 2004, *Creative Clusters: Towards the governance of the creative industries production system?* Media International Australia (112), 50-66.
- Readman, J., 1999, *Changes in the UK Printing and Publishing Cluster*. RISE Project Work Package 1 Cluster Study. Centre for Research in Innovation Management, Brighton, Sussex.
- Reid, B. and Spinks, N., 2011, *Analysing qualitative data*, Henley University of Reading.
- Rocha, O. Hector, 2004, *Entrepreneurship and development: the role of clusters*, Small Business Economics, 23, pp. 363-400.
- Rosenfeld, S.A. (1996), *Overachievers - Business Clusters That Work: Prospects for Regional Development*. Chapel Hill, North Carolina: Regional Technology Strategy Inc.
- Rosenfeld, S.A., 1997, *Bringing business clusters into the mainstream of economic Development*, European Planning Studies, 5(1), pp. 3-23.

- Russo, Antonio P., 2000, *The sustainable cultural cluster*, 40th Congress of the European Regional Science Association, Barcelona.
- Russo, Antonio P., 2000, *The vicious circle of tourism development in heritage destinations: why does it occur and how it can be prevented*, in Tourism Sustainability and Territorial Organization, APDR, Coimbra: 255-275.
- Santos-Duisenberg, Edna, 2010, *The economic impact of the creative Industries in the global economy*, UNCTAD, Amsterdam.
- Scott, A. J., 2000, *The Cultural Economy of Cities, Essays on the Geography of Image-Producing Industries*, London: Sage.
- Scott, A.J., 1999, *The U.S. recorded music industry: on the relations between organization, location and creativity in the cultural economy*, in Environment and Planning A, Vol. 31.
- Scott, A.J., 2000, *On Hollywood*, Princeton University Press
- Selada, C. & Ines Vilhena da Cunha & Elisabete Tomaz, 2011. *Creative Clusters in Low Density Areas: A Case-Study Approach*, ERSA conference
- Sölvell, Örjan; Ketels, Christian e Lindqvist, Göran, 2006, *Industrial specialization and regional clusters in the new EU member states*, paper presented at DRUID summer conference on knowledge, innovation and competitiveness: dynamics of firms, networks, regions and institutions.
- Sölvell, Örjan; Ketels, Christian e Lindqvist, Göran ,2006, *Industrial specialization and regional clusters in the new EU member states*, paper presented at DRUID summer conference on knowledge, innovation and competitiveness: dynamics of firms, networks, regions and institutions.
- Swann, G. M. P., Prevezer, M., 1996, *A comparison of the dynamics of industrial clustering in computing and biotechnology*, Research Policy, 25, pp. 139-157.

- Swann, G. M. P., Prevezer, M., Stout, D. (eds), 1998 *The dynamics of industrial clustering: international comparisons in computing and biotechnology*, Oxford: Oxford University Press.
- Seedat. 2003, SEEDA cluster fund—*Building your business for a better future*.
- Van der Berg L., Van der Borg J., Van der Meer J., 1995, *Urban Tourism*, Avebury, Aldershot.
- Van der Ploeg, Frederick, 2006, *The Making of Cultural Policy: A European Perspective*, Handbook of the Economics of Art and Culture, Elsevier.
- Veiga, José Eli da, 1996, *Como elaborar o seu projeto de pesquisa*, USP (Universidade de São Paulo) Departamento de Economia.
- Zheng, J. 2011, *Creative Industry Clusters' and the 'Entrepreneurial City' of Shanghai*," Urban Studies, Urban Studies Journal Limited, vol. 48(16), pages 3561-3582, December.

Referências Eletrônicas

http://ec.europa.eu/culture/documents/chapter-3_en.pdf

http://ec.europa.eu/culture/our-policydevelopment/doc/analysis_green_paper.pdf

<http://www.serralves.pt/fotos/editor2/PDFs/N%20Criativo%20Relatorio%20Final.pdf>

<http://www.portaldacultura.gov.pt/SiteCollectionDocuments/Imprensa/SCC.pdf>

http://www.nesta.org.uk/assets/documents/investing_in_the_creative_industries_report

http://aut.researchgateway.ac.nz/bitstream/handle/10292/3043/Read_This_First.pdf?sequence=4

<http://www.tfconsultancy.co.uk/>

<http://bop.co.uk/>

<http://www.cida.co.uk/>

<http://www.theworkfoundation.com/>

<http://apps.hackney.gov.uk/servapps/hackneydirectory/Details.aspx?OrgID=8608>

<http://www.ccvf.pt/>

<http://www.youtube.com/watch?v=h3tXy6C-NFM> (Centro de Formação avançada)

<http://www.guimaraes2012.pt/index.php?cat=123&item=667> (campurbis)

<http://www.rivingtonplace.org/>

<http://www.fabricaasa.eu/>

<http://www.gillettsquare.org.uk/>

(Todas as referências eletrônicas foram consultadas mais do que uma vez entre Janeiro e Agosto de 2012)

Anexo 1 - Transcrição: Entrevistas / Questionários Qualitativos

Creative Industries Policy Questionnaire – Hackney *Council* – Dr Anne Malcolm

April 2012

Benefits of investment in the Creative Industries

1. What could be the benefits of investing in the Creative Industries that most encourage the *council* to decide on this matter?

Hackney and the East End of London have long been home to creative industries. Today, the creative industries are still very much alive in the borough and recognized growth sectors. They therefore offer much in the way of potential jobs, inward investment, and economic vibrancy by occupying commercial properties and supporting local services. The Creative Industries also contribute to the borough's unique creative character, central to the borough's place brand.

Consequently, the *Council's* investment in the Creative Industries takes different forms:

Economic and policy plans support the development of the Creative Sectors by identifying their importance and making provision for them where possible.

Employment programmes work with the creative industry sector to reduce barriers to employment within the sector for the long-term unemployed.

An Inward Investment marketing video and printed materials have been produced showcasing our local creative sector credentials with a view to bringing in further creative talent and growing the creative industry base.

Channeling external funding opportunities into developments, which support creative sectors. For example, GLA funding awarded to the borough following the disturbances in August 2011 will be invested in the improvement of railway arches in Hackney Central to provide retail space and the development of a fashion hub in the area, supporting local fashion designers and growing the local manufacturing base.

A significant amount of staff time has been allocated to supporting the London College of Fashion project 'DISC' - an EU funded Designer and Manufacture Innovation Support Centre'.

LBH is working closely with Tech City to secure the development and investment opportunities offered by the local digital media sector.

Through S106 contributions, LBH has previously invested in creative workspace provision in the borough - i.e. Hackney Cooperative Developments (home of Vortex Jazz Bar), Space Studios, and Rivington Place - and plans to invest more S106 in workspace for the fashion sector when the right opportunity presents itself.

Our Art in Empty Spaces programme might be seen as investment in the creative industries, where empty commercial units are made available on a short term basis (ca 6 months) to art project. This both supports the project and also brings vibrancy to an area by reducing the number of empty premises.

2. Are there any economic reasons behind this investment? Economic profits are initially expectable or these tend to be achieved later on?

The *council* does not make these investments so as to make profit, rather to grow local industries and ensure economic vibrancy in the borough.

3. Have the Creative Industries been used as a response to the recession? In what ways?

The Tech industry is seen by Central Government as the only growth industry in the current recession. LB Hackney is working closely with Central Government and the local digital sector in support of the Tech City initiative designed not only to grow Hackney's economy but UK's economy.

4. What types of regeneration and place making can be achieved through investment in the creative industries?

See note above re Hackney Central Fashion Hub, and inward investment video.

5. Are skills viewed as a beneficial return? Are there any targeted programmes on this? Examples?

Our Ways into Work employment programme works with local creative industries to provide work opportunities and skills training within the sector

Policy Relevance

6. How investments in the Creative Industries help achieve local/regional/national policy priorities?

Our local investment in the creative industries compliments initiatives such as the Tech City Investment Organization where the growth of the digitech *cluster* is a national priority. TCIO is attempting to accelerate the already fastest growing technology *cluster* in Europe. We aim to work alongside Central Government providing support for local promotional events, *Council* assistance for the increase of office and workspace, the investment in a lively business realm especially hospitality, and skills development opportunities with local schools to ensure a future labour flow. The rebalancing of the economy requires a diversification away from business and financial services as the sole private sector engine. The creative industries offer a new possibility

for exports and revenue as well as the prestige of a new technology centre for Europe. Central Government can only go so far, local government's role is to ensure inward investment is smooth on the ground. We take our responsibility seriously and we have officers dedicated to facilitating the growth of these industries.

7. To what extent the local policies on C.I. are informed by the national government guidelines on this issue?

They are entirely informed by key research by independent and government bodies, discussions with national government and advice from business leaders. LBH views itself as a key facilitator in the strengthening of our business base and we rely on best practice to ensure our policy is appropriate and innovative. This requires keeping up to date with emerging research, results from pilots and experimental projects and our involvement in the creation of this best practice.

8. What partnerships between national and local authorities are taking place regarding Creative Industries?

As mentioned above we work closely with TCIO and their various partners both public and private. The DISC partnership is also dedicated to business growth and industry development in the fashion sector. DISC (Designer-Manufacturer Innovation Support Centre) is a £2m partnership project between London College of Fashion, CENTA and LB Hackney, funded in part by ERDF, to support innovation in high end fashion manufacturing and design. More info here: www.fashion-manufacturing.com

Types of intervention and Implementation

9. Could you please enunciate some types of intervention regarding Funding for the Creative Industries? How difficult these tend to be compared with funding for other sectors?

None in place.

10. Are there any skills programmes specifically devised for the Creative Industries sector? E.g. media, design, fashion, crafts, visual arts etc?

The Ways in to Work programme aims to equip unemployed people with the skills needed for employment. Training is sector specific.

The London College of Fashion DISC programme provides skills training for fashion designers and manufacturers.

11. Is workspace a major issue for the action of the *council* regarding creative industries? How does the *council* meet those needs?

The availability of suitable office and work space for our local creative industries is estimated to be much less than what is required. LBH is trying to address this deficit through our planning powers and Inward Investment service.

12. What links already exist between Universities and *Council* around Creative Industries?

Through the DISC project and Tech City initiatives especially, LB Hackney has forged a working relationships with London College of Fashion and Ravensbourne College.

13. What types of promotion and networks the *Council* is working on, for the creative industries?

Promotion:

The *council* has 5 town centre managers who each liaise with networks in their area. The Shoreditch Town Centre Manager sits on the Shoreditch Fringe Festival Board. The Hackney Wick Manager supports Hackney Wicked.

The Hackney House expo and media centre will showcase Hackney's key industries and businesses over the Olympic period, engaging with major Venture Capitalists and various journalists during the Games.

Connections and Facilitation:

The town centre managers all have business partnerships that build on existing industry networks and link them to national government assistance such as UKTI investment and events

Planning & Space:

We are actively reviewing our workspace policy with an eye to protecting start-up space and ensuring that there is adequate space for micro firms and decent space for start-ups to grow into. Additionally, all our efforts on transport can be spun as benefits to economic growth. When we ask workspace managers why people want to locate in Shoreditch and Dalston, accessibility is always a key amenity.

Skills:

The Learning Trust (who deliver education in Hackney) is very interested in making links with local employers for work based learning for 14-19 year olds. They have begun scoping initiatives through Inspire, our Education Business Partnership, to increase the number of creatives and tech taking young people for work experience.

Economic Growth:

Anything we do to increase the quality of the hospitality and high street sectors spills over into improving the business realm for creatives. Workspace managers say good cafes, hotels and restaurants are as important as transport.

Successful Cases (lessons learned)

14. What cases could be considered successful in demonstrating the beneficial effects in creative industries' investment?

The S106 investments which have helped bring about Space Studios, Rivington Place and HCD/Vortex are the most demonstrable examples of successful investment in the creative industries to bring benefits to the sector and the area generally, in terms of creating a vibrant place and exciting visitor destination.

Tech City, the DISC project and Hackney Central Fashion hub development are all very exciting new opportunities but still too early to cite as true success stories.

All examples are characterised by innovation, quality and contributing to a 'sense of place' and Hackney's place brand.

15. What have been the lessons learned with successful cases?

See previous.

Maio 2012

Benefits of investment in the Creative Industries

1. What could be the benefits of investing in the Creative Industries that most encourage the *council* to decide on this matter?

“Creative industries” can cover a wide range of business sectors. In what follows, we define creative industries as being those which are connected with artistic or cultural activities, or the application of such activities to commercial and/or professional ends. For example, architectural, design and, sometimes, advertising activities would be included.

Local authorities in general like to support a good presence of creative industries if they can. They cover a wide range of employment opportunities, including those at entry level. They also tend to put the local authority concerned at the heart of something exciting, and help promote the area to other people who wish to locate their business there.

As far as Tower Hamlets is concerned, we want to provide a link between large companies present in our Canary Wharf district with the enterprise economy in the rest of the borough. From our point of view, continued development in our creative industries would be a good way of doing this.

2. Are there any economic reasons behind this investment? Economic profits are initially expectable or these tend to be achieved later on?

We hope that an increased presence of creative enterprises in our borough will increase the profitability of our enterprise economy in general. Although the precise effect is not quantifiable, we anticipate that a number of creative-based enterprises will be able to supply to larger local organizations – in both the public and the private

sectors - and enhance commercial expenditure in our borough. Such supply chains should increase the multiplier effect of investment generally.

3. Have the Creative Industries been used as a response to the recession? In what ways?

Yes, in principle creative-based enterprises can be a useful response in recessionary conditions. The most obvious way in which this is the case is with start up businesses. The recession has caused problems with retail conditions in our town centres. The *Council* can support temporary, start up creative businesses in retail premises and market stalls that would otherwise be vacant.

4. What types of regeneration and place making can be achieved through investment in the creative industries?

The area comprised in a local authority can gain good promotion through a strong creative industries sector. One example in Tower Hamlets is Brick Lane, which has a *cluster* of creative businesses, and which is the home to many artists. This in turn helps the visitor economy, with wider benefits to a wide range of local businesses.

5. Are skills viewed as a beneficial return? Are there any targeted programmes on this? Examples?

There is no particular concentration at present on the skills required in creative industries (as opposed to skills in general). Should we pursue such an emphasis in the future, it will probably be in partnership with local bodies which support artistic endeavour, and which represent businesses in creative sectors.

Policy Relevance

6. How investments in the Creative Industries help achieve local/regional/national policy priorities?

The London Mayor's Economic Development Strategy notes the importance of creative industry to London's economy overall and recognises that:

"In recent decades the shift of manufacturing out of Inner London sites in particular, such as Clerkenwell or parts of the East End, has been partially compensated by the rise of cultural and creative industries, many of which have located in former industrial premises in these areas."

Tower Hamlets covers the East End mentioned in the strategy. Further development of creative industries in our borough is an important part of economic resilience in general in London, and in particular as a response to de-industrialisation caused by the decline in manufacturing industries.

7. To what extent the local policies on C.I. are informed by the national government guidelines on this issue?

We would always take into account government guidance relevant to the development of creative industries, but our work in this area is not subject to any individual piece of national guidance.

8. What partnerships between national and local authorities are taking place regarding Creative Industries?

We are not involved in any specific partnership with national government in connection with creative industries.

Types of intervention and Implementation.

9. Could you please enunciate some types of intervention regarding Funding for the Creative Industries? How difficult these tend to be compared with funding for other sectors?

We do not give direct funding for creative industries – indeed we don't for any particular sectors.

Some of the support we envisage for creative-based businesses is tangential – one project which we will be concentrating on in Tower Hamlets relates to appropriate commercial premises. Although the borough does not lack commercial premises as such, we wish to encourage the location of small and growing businesses in our borough – which will benefit creative businesses above all. We wish to encourage the provision of flexible workspace to support small and growing businesses – and this if successful will establish the borough as somewhere which is particularly commercially attractive.

10. Are there any skills programmes specifically devised for the Creative Industries sector? E.g. media, design, fashion, crafts, visual arts etc?

The *Council* does not run skills programmes for creative industries.

11. Is workspace a major issue for the action of the *council* regarding creative industries? How does the *council* meet those needs?

See comments above. We do not distinguish between the requirements for workspace for creative-based enterprises and other enterprises, although we are always aware of the creative-based opportunities for the use of suitable premises.

12. What links already exist between Universities and *Council* around Creative Industries?

There is nothing specific.

13. What types of promotion and networks the *Council* is working on, for the creative industries?

There are links between partnerships which the *Council* is involved with – for example in the City Fringe (that is, the part of London which adjoins the City of London which includes part of the borough) and the fashion industry. There are also links between the *Council* and bodies which encourage artistic endeavour.

Successful Cases (lessons learned)

14. What cases could be considered successful in demonstrating the beneficial effects in creative industries' investment?

There is nothing specific that can be said here. We hope soon to be able to have the *Council's* Enterprise Strategy approved, which should encourage support for creative industries, and we hope to be able to report on success in future years.

15. What have been the lessons learned with successful cases?

Please see the comment above. We hope to be able to identify lessons learned in future years, and would be glad to share them, and hear of similar experience elsewhere.

Junho de 2012

Benefícios em investir nas Indústrias Criativas

1. Quais os benefícios em investir nas indústrias criativas que mais encorajam o município a tomar decisões nesta matéria?

Reforça a atratividade do território / cidade. Fortalece o nosso tecido produtivo. Torna o território / cidade mais competitivo a nível nacional e internacional, porque aposta no talento, no conhecimento, na inovação e na criatividade.

2. Que motivações económicas levam ao investimento nas indústrias criativas?

Contribui para o robustecimento e diversidade do nosso tecido produtivo. Torna-o competitivo a nível nacional e internacional e menos vulnerável.

3. As indústrias criativas tem sido usadas como resposta à crise económica? De que maneira?

Os decisores públicos apostam e incentivam a criação de condições para a criação, instalação e desenvolvimento de indústrias criativas. As políticas públicas são importantes na indução de mudança de paradigma, de uma economia industrial clássica para um modelo de economia baseado no conhecimento e na criatividade. Cada cidade, cada território define e desenvolve a sua própria maneira, já que, entre muitos factores, depende dos recursos, das potencialidades, das fragilidades, dos parceiros, da identidade, do contexto de cada um.

4. Que tipos de regeneração urbana e “place making” podem ser alcançados através do investimento nas indústrias criativas?

A regeneração urbana e o redesign urbanístico e funcional potenciam a criação de condições atrativas para a instalação de indústrias criativas e estas, pela sua atividade e natureza, são elas próprias indutoras e/ou construtoras de criativas formas de viver e sentir a cidade, de formas inovadoras de ligar as diferentes geografias da cidade, de imaginativas formas de “refazer” a cidade.

Mais uma vez, os tipos de regeneração urbana dependem dos recursos, das existências e pré existências, da identidade, do valor, material e simbólico, do lugar e dos lugares.

O processo de regeneração urbana em Guimarães teve início há mais de duas décadas, com reconhecimento nacional e internacional. A Capital Europeia da Cultura é uma oportunidade excecional para continuar e alargar o processo de regeneração a outros espaços, para permitir novas e surpreendentes experiências urbanas e culturais, de interação entre criadores e cidadãos.

5. O desenvolvimento de competências específicas é visto como potencial retorno? Existem programas orientados neste sentido? Exemplos?

Toda a estratégia definida para a Capital Europeia da Cultura, Guimarães 2012, assenta no reforço de competências dos cidadãos e, por isso, todo o programa é concebido e realizado em contexto, social e territorial, envolvendo os cidadãos e as entidades e estruturas locais. O programa cultural é realizado em parceria e em diálogo: o local e o nacional e internacional, o centro e a periferia, o passado e o futuro, a memória e a tradição e a contemporaneidade, os artistas e os não artistas, os profissionais e os amadores, os cidadão residentes e os não residentes. Pretende-se que o confronto potencie o desenvolvimento cultural e social e garanta requalificação dos cidadãos. Ao mesmo tempo que se pretende que as competências adquiridas e o reforço conquistado fique em Guimarães, para além de 2012.

Relevância Política

6. De que forma o investimento nas indústrias criativas ajuda a alcançar as prioridades políticas a nível nacional/regional e local?

O grande desafio que hoje se nos coloca é saber encontrar formas criativas para vencer a crise, e o desânimo e a desesperança, que se instalou. As cidades históricas, como Guimarães, têm recursos extraordinários onde buscar energias para vencer esse desafio. Guimarães tem uma fortíssima identidade histórica e cultural, tem uma memória e um imaginário coletivos ricos, onde buscar energia necessária para reorientar e construir memórias futuras. O investimento nas indústrias criativas é, sobretudo, um investimento nas pessoas, no conhecimento, na criatividade, na inovação que os cidadãos possuem, constroem, criam, desenvolvem e transformam em ideias geradoras de valor, valor material e simbólico, para o presente e para o futuro.

7. Até que ponto as políticas locais para as indústrias criativas são informadas pelas linhas do governo central?

As políticas e medidas do governo central podem estimular e incentivar a instalação de indústrias criativas nas cidades. Não é, no entanto, a política do atual governo de Portugal.

8. Que parcerias existem entre autoridades nacionais e municipais atualmente no contexto das indústrias criativas?

Não há.

Tipologias de intervenção e implementação

9. Por favor enuncie exemplos de intervenção respeitantes aos fundos financeiros disponíveis para as indústrias criativas? Quais as dificuldades encontradas comparativamente com fundos para outros setores?

A informação de que disponho não é suficiente para responder com rigor.

Em Portugal é muito mais fácil obter financiamento para uma obra material do que para um investimento imaterial, em termos de montantes e em termos de procedimentos.

10. Existem atualmente programas ativos a nível do desenvolvimento de competências para o setor das indústrias criativas? Media, Design, Moda, Artesanato, Artes visuais etc ?

Não sei.

11. Encontrar espaço de trabalho físico para o setor das I.C. é um problema atualmente para o município? Como tem o município enfrentado esta necessidade?

No âmbito da Capital Europeia da Cultura, Guimarães 2012, um conjunto de espaços foram ou estão a ser regenerados para instalação de novas estruturas culturais, nomeadamente, a Plataforma das Artes e Criatividade, Campurbis, que inclui o Instituto de Design, o Centro de Estudos de Formação Avançada, o Centro de Ciência Viva.

12. Que iniciativas existem de momento entre a universidade e o município em torno das Indústrias criativas?

O Campurbis, um projeto de regeneração urbana de uma área de 10 hectares, resulta de uma parceria entre o município e a Universidade do Minho. O Ave Park, um parque de ciência e tecnologia, é outro projecto que envolve a Universidade do Minho como entidade parceira.

13. Em que tipos de promoção e networking se encontra o município a trabalhar em torno das indústrias criativas?

Small Cities, A Soul for Europe.

Casos de Sucesso (Lições Aprendidas)

14. Que casos poderia considerar de sucesso no demonstrar os efeitos benéficos do investimento em indústrias criativas, por parte do município?

Os estudos de impactos estão ainda por fazer e um investimento na cultura desta natureza mede-se a médio ou longo prazo. No entanto, pode-se apontar como um bom investimento público, no caso exclusivo do município, o Centro Cultural Vila Flor. A Plataforma das Artes e Criatividade é um equipamento aberto ao público há menos de dois meses, e revelou-se já constituir um novo lugar de atratividade, que permite alargar a área de visitação turística da cidade.

O investimento público na cultura, de forma coerente, continuada e forte, e, agora a Capital Europeia da Cultura, impulsionaram o investimento privado nas indústrias criativas: e.g. a Fábrica ASA e o CAAA (Centro para os Assuntos da Arte e Arquitetura).

15. Que lições foram aprendidas com estes casos de sucesso?

Colocar a cultura o centro das políticas públicas de cidade significa colocar o desenvolvimento no centro das decisões políticas. Investe-se nas pessoas, nas suas competências e qualificações, reforça-se a atratividade do território para os habitantes, para investidores e visitantes. Coloca a cidade em redes nacionais e internacionais, que lhe conferem mais visibilidade, maior reconhecimento interno e externo. Acrescenta valor, também simbólico, ao que somos e ao que queremos ser. Significa um impulso e um incentivo para novos desafios coletivos, porque garante esperança, auto estima, competência, arrojo, alarga horizontes, reforça vontades, aproveita o que de melhor a comunidade possui.

